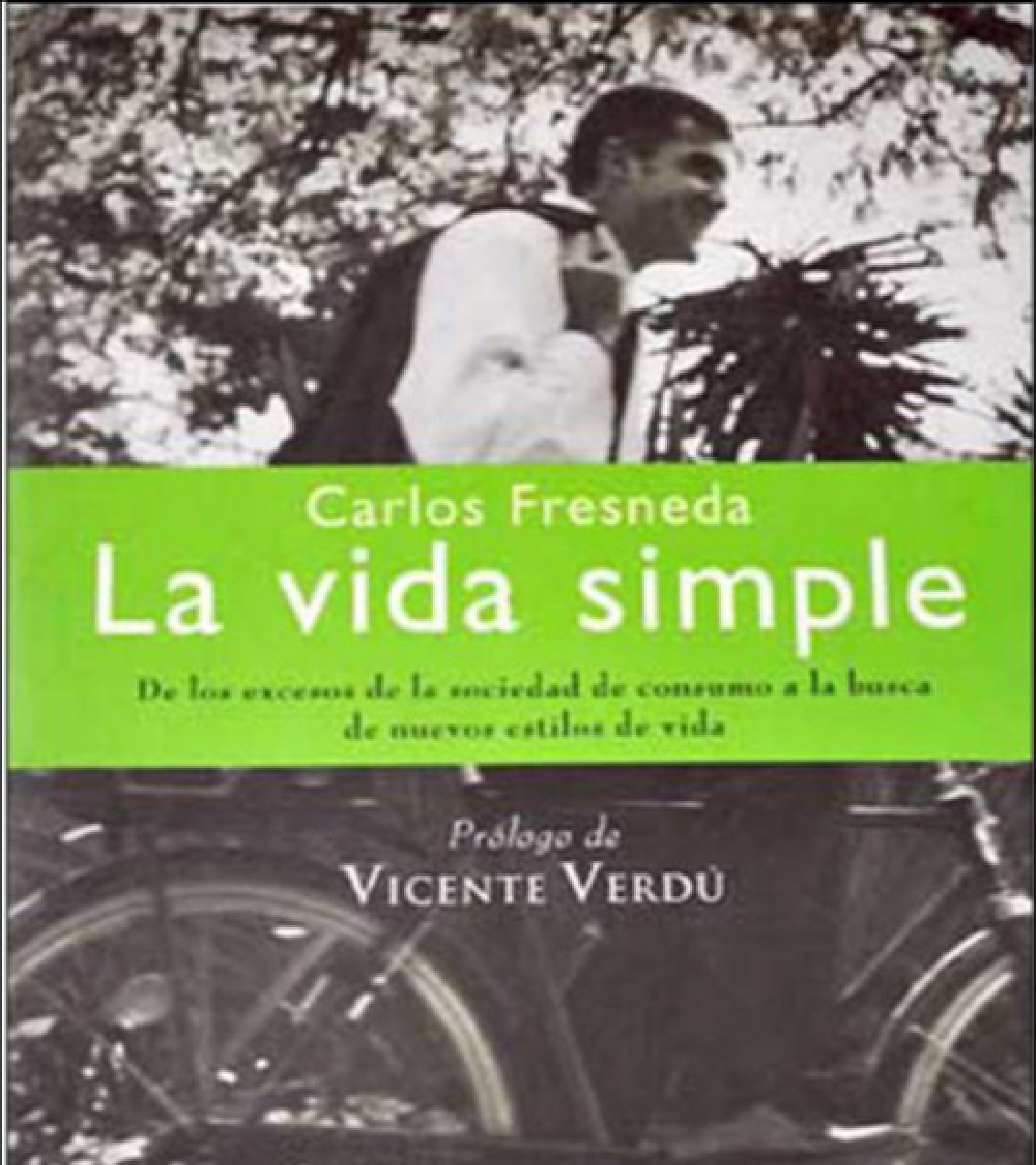


Carlos Fresneda

La vida simple

De los excesos de la sociedad de consumo a la busca de nuevos estilos de vida

Prólogo de

VICENTE VERDÚ

PLANETA

Sinopsis

Nuestros días son lo más parecido a una carrera de obstáculos. La sociedad de consumo nos impone un estilo de vida que conduce de cabeza al estrés, la depresión y el infarto. El dinero es imprescindible, pero no lo es todo. También hay que tener en cuenta la salud, las relaciones afectivas, la satisfacción en el trabajo, el desarrollo personal. Millones de personas en los países occidentales lo están descubriendo por experiencia propia: se puede mejorar la calidad de vida consumiendo menos, se pueden seguir otras pautas de las que nos imponen a diario la televisión y la publicidad; se puede aspirar al compromiso con la sociedad, a la armonía con la naturaleza, a la tranquilidad de espíritu, al equilibrio emocional… ¡Se puede vivir de una manera más simple y, a la vez, más enriquecedora!

Colección: Manuales prácticos
ISBN: 9788408025153
Generado con: QualityEbook v0.71

Carlos Fresneda

La vida simple

Prólogo de
Vicente Verdú

A mi padre, víctima inocente
de un estilo de vida que no era el suyo
A mi madre, por atreverse a dar el salto
con sesenta y tantos años
A Isabel en perpetuo cambio

AGRADECIMIENTOS

A Vick Robin, Joe Domínguez, Dick Roy y Cecile Andrews, por abrirme las puertas de la «otra» América. A Irene Hernández Velasco y a Daniel Wagman, por allanarme el camino en España. Al diario *El Mundo* y a la revista *Ajoblanco*, por permitirme publicar en sus páginas el «embrión» de lo que más tarde sería este libro.

El valor que damos al dinero, al estatus y a la competencia envenena nuestras relaciones personales. La vida feliz será imposible mientras no simplifiquemos nuestros hábitos y moderemos nuestros deseos.

EPICTETO

EL PLACER DE VIVIR

He aquí un libro alternativo. De los que devuelven la esperanza en la existencia de otra vida y emplazada a la vuelta de la esquina. No acampada en el más allá, ni esperando más tarde, sino instalada ahora y aquí, como vindicaron siempre para sí las utopías más desobedientes con el imperio del sistema.

El dinero, la prisa, el consumo, la competitividad, el trabajo, la acumulación como sinónimo de bienestar, el éxito como una equivalencia del cielo. La civilización occidental, estimulada por la anfetamina capitalista, ha desembocado en tal excitación que, al cabo, la vida es taquicardia. Contra el ahogo, este libro procura hacer ver que hay una salida tranquila y que precisamente la mejor manera de liberarse es alzar la vista y otear el formidable horizonte que rodea nuestra agobiada manera de vivir. Ni son necesarios tantos objetos, ni es necesaria tanta sofisticación tecnológica, ni sienta bien tanta inquietud por la salud, ni es necesario ser tan eficaz, tan rápido, tan competente, tan ceñudo.

Los bienes que la existencia ofrece son, en calidad y cantidad, muy superiores a los que se incluyen en los circuitos de la publicidad. Al lado del universo mercantil existe un paraíso casi gratuito, a disposición de la mano, al alcance de la felicidad y por el que pasamos sin darnos cuenta. Acaso haciendo cuentas. Carlos Fresneda ha escrito más allá de un libro muy contemporáneo, un manifiesto existencial para el siglo por venir. Ha elaborado más allá de un catálogo de nuestros desencantos sobre el actual estado de la civilización, una lista de agravios y, como complemento, un surtido de medicinas naturales.

Occidente está harto de sí mismo. Repite su modelo hasta el hastío sobre su sombra patológica e irradia sus mismos virus sobre las demás áreas del planeta. Los pueblos que despiertan hoy al consumo, guiados por el neoliberalismo occidental empiezan a dormir pronto con las

mismas pesadillas que sus colonizadores. Demasiadas prisas, demasiadas tensiones, menos relaciones humanas, menos tiempo para uno mismo y sus deseos, peor comida, peor atmósfera; peores sueños, en fin.

El progreso no puede ser esto. O, mejor: la idea del progreso ha perdido de vista a su destinatario humano y circula autónomamente, sin dirección fija, al albur de unas fuerzas económicas que se autorreproducen como las células cancerosas. Sin ningún fin productivo, sin ningún objetivo dichoso, movidas por una energía intrínseca que precipita los cuerpos a su muerte por exceso, por superabundancia, por el simple efecto de la acumulación. En esta metáfora del cáncer, se crece y se perece dentro del sistema, y contra esta fatalidad se abre el libro de Fresneda, una de las pocas piezas españolas que, por el momento, contribuyen a cambiar el punto de mira: la manera de ojear, de sopesar y de escoger...

Gracias a obras como ésta se reconoce la opción de ser libre. O más aún: la disposición ante nosotros de la libertad todavía en sazón. Efectivamente podemos decir «no» a vivir de otra manera (más sencilla, más barata, más rica en sabores humanos) pero eso será ya tras una reflexión como la que ofrecen estas páginas; será tras una elección demasiado consciente como para quejarse luego de la contrariedad. Por el contrario, el libro descubre la entidad de una realidad alternativa a la que cada vez acuden más individuos conscientes de cuatro cosas y amantes de cuatro cosas más. Conscientes de que el disfrute empieza por estar a bien con uno mismo y no lo solucionará nada relacionado con el placer del bazar. Y amantes de una lucidez que ayuda a entender que nuestra dicha se realiza entre seres humanos y no entre objetos y quehaceres inhumanos.

Si la especie mundo ha pervivido ha sido gracias a la cooperación y si ha sido habitable algún barrio de aquí lo ha sido en función de las relaciones con los otros. Las rivalidades extremas o los individualismos exacerbados a los que induce el neoliberalismo capitalista en marcha son sabotajes contra el sencillo deseo de pasarlo bien.

Con la obra de Fresneda uno se lo pasa muy bien. Doblemente: porque su lectura, amena de principio a fin, humana e innovadora, hace al lector mejor. Y porque concluidas las páginas, su empuje sigue actuando para ayudar a franquear las cercas de una realidad más acorde con los derechos de la belleza, del sexo, del corazón, de ¡a naturaleza, de la inteligencia, del sentido gozoso de vivir.

VICENTE VERDÚ

VIVIR ASÍ

CALIDAD DE VIDA

Ambición, dinero, éxito. Así se construye el futuro, o al menos eso nos han hecho creer con machacona insistencia en los últimos quince o veinte años.

Ansiedad, depresión, estrés. Es el peaje que todos tenemos que pagar, nos guste o no, para lograr el sueño de nuestras vidas...

La felicidad reside en un chalé en las afueras, viaja en un coche más grande y potente que el del vecino, nos espera cada domingo —con puntualidad religiosa— en el centro comercial. La felicidad consiste en acumular y acumular, a cualquier precio y a cualquier hora, aun a costa de nuestra salud, de nuestro equilibrio emocional, de nuestras relaciones personales. La felicidad se vende cara: o la compras o la dejas.

La televisión, la publicidad, las fuerzas invisibles que mueven los hilos de la sociedad de consumo han terminado por persuadirnos: no hay otro estilo posible de vida.

O a lo mejor sí lo hay. A lo mejor podemos encauzar los días sin pegarnos necesariamente con el reloj. Romper las cadenas que nos atan como esclavos al trabajo. Acabar nuestra relación enfermiza con el dinero y gastar un poco menos. Bajarnos del tren de alta velocidad y retomar el control de nuestras vidas, pisar tierra, respirar hondo, recuperar pequeños grandes placeres a los que renunciamos por nuestro afán de querer más.

En eso están miles, millones de personas en los países más desarrollados del planeta. Reivindican su derecho a ser tratados como ciudadanos, y no como meros consumidores. Hablan de valores como la solidaridad, la simplicidad, la conciencia ecológica. Se resisten a seguir siendo eslabones de la cadena de producción y quieren buscar su sitio propio en este mundo, lejos del conformismo al uso y de las leyes del mercado.

Unos siempre estuvieron ahí, nunca comulgaron con el sistema y

se ganaron el sambenito de «alternativos». Otros saborearon primero las mieles de la afluencia, conquistaron la cima del éxito profesional y luego dieron marcha atrás, al ver que aquello no marchaba (en Norteamérica se les llama *downshifters*. los que giran hacia abajo). Hay también un tercer grupo: los que han llegado involuntariamente, forzados por la precariedad del empleo, y han descubierto por sorpresa que se puede vivir de otra manera.

Según el Trends Research Institute de Rhinebeck, una de las voces más autorizadas en tendencias sociales, al menos el 15 % de la población de los países industrializados abrazará antes del 2005 el nuevo credo: «De Escocia a Australia, de Finlandia a Canadá, una avalancha de gente está descubriendo que es posible mejorar la calidad de vida consumiendo menos, que la felicidad personal es más asequible con cierta moderación y autodisciplina».

La nueva medida del «éxito» —predice el Instituto— no será la prosperidad material sino el desarrollo personal, la salud, las relaciones afectivas y el compromiso con la sociedad.

Asistiremos pues a una recuperación paulatina del espíritu de comunidad frente a la invasión de la economía global. La gente buscará respuestas —las está buscando ya— en las terapias alternativas, en la alimentación natural y en la protección del medio ambiente. En el frente social, las conquistas no se harán esperar: reducción de la jornada, flexibilidad laboral, consumo sostenible.

Algunos de estos síntomas comienzan a apreciarse tímidamente en España. El auge de la solidaridad y el «boom» del turismo rural son la avanzadilla. Nuestros sindicatos se han hecho por fin eco del clamor que recorre Europa: «¡Trabajar menos, trabajar todos!». Y en las filas de los «jóvenes profesionales» se empiezan a contar las deserciones.

Pero el clima social no ayuda. Los medios de comunicación se han subido descaradamente al carro consumista y han convencido a los españoles de que la vida consiste en más coches, más adosados y más teléfonos móviles. El denodado esfuerzo de los grupos ecologistas y de economía social se estrella habitualmente contra un muro de incomprensión e indiferencia.

En los países centroeuropeos y en Estados Unidos, sin embargo, la calidad de vida se está convirtiendo en bandera de un auténtico movimiento, con decenas de asociaciones haciendo por primera vez

frente común.

Al otro lado del Atlántico se aprecia una inusitada actividad en estos últimos años. El gran salto cualitativo es bien reciente: 1995. Decenas de «arrepentidos» del sueño americano se dieron cita en Arlie, Virginia, para intentar resolver un espinoso dilema: «Si somos la gente más rica de la Tierra, ¿por qué no somos los más felices?».

La conclusión que sacaron no tiene fronteras:

«Las horas que quemamos conduciendo, comprando, trabajando o viendo la televisión aumentan imparablemente, mientras que apenas nos queda tiempo para conversar, comer en familia o cultivar nuestras aficiones. Nuestras ansias por ganar más y más no funcionan. Las familias están rotas, la gente se aísla de su entorno y la vida cotidiana se ha convertido en una pesadilla contrarreloj. En algún punto de nuestra reciente historia dimos un giro equivocado…».

EL NUEVO SUEÑO AMERICANO

No es la última moda americana, ni tampoco una nueva mística al estilo hippie. Exageramos si decimos que se trata de una revolución pactada contra la era yuppie. Por debajo de los estereotipos está la experiencia real, intransferible, de gente que ha decidido salirse de las convenciones y buscar un sentido distinto a la vida. Gente que no ha tenido conciencia de pertenecer a grupo alguno, hasta que descubrió que muchos otros están siguiendo el mismo camino.

Uno de cada dos americanos estaría dispuesto «a trabajar y ganar menos a cambio de más tiempo». Uno de cada cuatro ya ha dado el paso adelante en los últimos años «para poder llevar una vida más equilibrada». Y el 87 % de los que lo han hecho están contentos con su nueva situación.

En la tierra de los excesos se está cociendo un estilo de vida que poco o nada tiene que ver con el *american dream*, un modelo de convivencia cimentado en valores muy distintos a los de la prosperidad ilimitada y el consumo desmedido.

Pero tampoco conviene llevarse a equívocos: la tendencia es de momento minoritaria y convive con hechos como el incuestionable éxito del Malí de América (el centro comercial más grande del mundo, tercera atracción turística de Estados Unidos) o la predilección de las adolescentes por ir de compras (el 93% confiesa que el *shopping* es su actividad favorita). La ola consumista sigue rompiendo en las dos costas, y la maquinaria que agita el océano global es cada vez más efectiva y sofisticada.

Norteamérica, sin embargo, va mucho más allá de los clichés que nos venden en las películas y en las series de televisión. Norteamérica no se acaba en Hollywood, ni en Las Vegas, ni en Disneylandia. Norteamérica es también Ithaca, estado de Nueva York, proa de un movimiento de billetes alternativos al dólar. Y Portland, Oregón, ejemplo modélico de recuperación urbana. Y

Arcata, California, el pueblo que ha declarado la guerra al automóvil. Y también Seattle, refugio de miles de «urbanitas» —vecinos de Bill Gates— que vienen a la busca de un ritmo más relajado de vida y un mayor contacto con la naturaleza.

Este río invisible que recorre sobre todo el noroeste y el nordeste de Estados Unidos pasa necesariamente por Burlington, Vermont, donde tiene su sede desde 1996 el Centro para el Nuevo Sueño Americano.

El Centro es el punto obligado de referencia para decenas de asociaciones que trabajan en la misma trinchera. Allí confluyen la cruzada por la independencia financiera (New Road Map Foundation), el frente del desarrollo sostenible (Northwest Environment Watch) y el activismo antitelevisivo (TV-Free America). Su objetivo es calar en el americano medio y hacerle ver que su comportamiento como consumidor es a todas luces insano.

«La cultura de usar y tirar no va a desaparecer de un día para otro —apunta la directora del Centro, Ellen Fumari—. Pero igual que la población ha reaccionado contra los riesgos del tabaco o ha descubierto los beneficios del reciclaje, acabará dándose cuenta de los efectos perniciosos de nuestras pautas de consumo».

La voluntad de cambio está ahí; basta con echar un ojo a las encuestas… «Pero las transformaciones sociales son muy lentas, y todo lo que está surgiendo ahora comenzará a dar sus frutos en un par de décadas —sostiene Fumari—. Tenemos que trabajar especialmente en el campo de la educación; nos estamos esforzando mucho por llegar a las escuelas. Hay que embarcar también en la misma nave a los medios de comunicación, y ésa es una batalla más complicada porque en gran parte están dominados por los mismos intereses que mueven la sociedad de consumo».

El Centro para el Nuevo Sueño Americano organiza y apoya campañas como el Buy Nothing Day (el día de no comprar nada) o la TV-Free Week (semana nacional de abstinencia televisiva). Uno de sus logros más sonados fue la emisión de un impactante documental —«Abundancia: las enfermedades ambientales y espirituales causadas por el consumismo»— que llegó a millones de americanos por el canal público de televisión en plena vorágine navideña de 1997. El ideario del «nuevo sueño americano» está plasmado en una revista —*Enongh*!— que intenta responder cada

tres meses al espinoso dilema: «¿Cuánto es bastante?».

Si los americanos se están haciendo ya esa pregunta, es de esperar que tarde o temprano se la acabe formulando el resto del planeta. Ya que tanto miramos a Estados Unidos para contagiarnos de sus envidiables excesos (y de sus profundas carencias), quizás ha llegado el momento de importar también el antídoto.

«YUPPISMO» A LA ESPAÑOLA

Portento de joven. Preparadísimo, independiente, supertrabajador y con coche, su primer coche: el espejo en el que se mira todas las mañanas. Imberbe por fuera y ambicioso por dentro. Menudo y austero, pero capaz de crecerse ante la adversidad. Con todas las prestaciones que jamás pudiste imaginar…

Más que promocionar un determinado modelo de coche, aquel anuncio consiguió crear un estereotipo irreal. La publicidad se inventó al joven JASP, «especie surgida en los años noventa y que sustituye al yuppie del socialismo y al hippie de la transición».

Se escribió mucho en su día sobre los JASP. Revistas, periódicos y televisiones hicieron «sociología» comercial del asunto. Las universidades y los bares de copas fueron tomados al asalto por chicos apuestos, bien vestidos y sobradamente preparados. Donde menos se les veía, sin embargo, era en las colas del paro, y eso que las estadísticas decían que un millón de jóvenes entre dieciséis y veintinueve años no encontraban trabajo.

El fin último de la publicidad: vender paraísos imaginarios a la gente, alimentar con sueños falsos su frustración permanente. Y, de paso, fabricar un modelo de triunfador que en poco o nada se distingue del trasnochado yuppie. Primero, el coche; después, la vanidad.

El yuppismo tardío a la española floreció a la sombra de la bonanza económica de los últimos ochenta y cobró su máxima expresión en la «cultura del pelotazo». La ambición y el dinero se convirtieron en valores estrella; todo lo demás quedó aparcado hasta mejor fecha.

La sociedad de consumo entró como un alud por nuestras fronteras, y en apenas doce años recorrimos el camino de varias décadas. Nos hicimos más europeos, y también más americanos. La televisión y el fútbol tomaron al asalto los hogares. Las

multinacionales nos inundaron de hamburguesas, centros comerciales y parques temáticos.

A la sombra de las grandes ciudades crecieron como esporas los adosados, versión autóctona del sueño americano, que luego resultó ser una estafa: aislamiento, tedio, atascos, el rugido incesante de la autopista. Nuestras vidas comenzaron a orbitar alrededor del coche, o de los dos coches, y nos vimos obligados a trabajar cada vez más para poder hacer frente al cúmulo de gastos.

Pese al mito de la «buena vida» a la española, nuestro país era en 1997 el tercero de la Unión Europea donde más se trabajaba, y el primero en el ranking de horas extras. La cultura de la tortilla y del cafelito está dejando paso a la del almuerzo frugal y el *fast-food*. El hedonismo que nos caracterizaba sucumbe todos los días ante el poderoso influjo del dólar.

En 1997, el 68% de los españoles reconocía que la gente que les rodea «se mueve exclusivamente por dinero»; el 55 % desearía ganar más, «aunque le diera más preocupaciones», y el 44% estaba de acuerdo con la afirmación: «El dinero da la felicidad». Nuestro país llegó tarde a la rueda de la fortuna y está comenzando a notar ahora los efectos secundarios de la afluencia.

Sin embargo, y pese al cambio vertiginoso, aún queda cierto sustrato difícil de eliminar. Las distancias —personales y familiares — son más cortas que en el resto de los países de nuestro entorno. Nuestras calles rezuman todavía una alegría vital difícil de encontrar en las ciudades extranjeras. Y aunque el individualismo ha calado muy hondo, se ha conseguido rescatar del fango el viejo ideal de la solidaridad (más de dos millones de españoles colaboran como voluntarios en las ONG).

El credo consumista sigue marcando el ritmo a las últimas generaciones de JASP y similares, pero en la franja que va de los treinta a los cuarenta comienza a apreciarse una sensación de hastío y un atisbo de impostura. Cada vez es mayor la certidumbre de que esta vida de devoción sacerdotal al dinero y sacrificio personal por el trabajo es el mejor camino hacia la depresión y el infarto.

GENTE CORRIENTE

A los nueve años se marchó del pueblo, y aunque a los treinta tenía la vida más o menos resuelta, allá en la gran ciudad, su cabeza seguía dándole vueltas a una idea: dejar atrás los agobios, la contaminación y el ruido, y volver a respirar el aire humilde y puro de su tierra.

José Pedro Rubio es bastante más feliz viviendo en Herrera del Duque, provincia de Badajoz, que en Barcelona, donde consumió dos terceras partes de su vida: «La ciudad me resultaba cada vez más violenta, y había algo dentro de mí que me empujaba a regresar al campo. Llegó una edad en que me dije: "O ahora, o nunca."».

Sus amigos de la gran urbe no acababan de comprender la decisión: «¿Qué se te ha perdido en el pueblo?». Pero José Pedro no dudó en dar el paso adelante. Vendió su piso, se despidió de su trabajo en Comisiones Obreras y regresó a sus orígenes, con la intención de abrirse paso en la cosa ganadera y ayudar a su mujer a montar una academia...

«Son más las cosas que he ganado que las que he perdido. Aquí puedes salir adelante con bastante menos dinero, ganas mucho tiempo y tienes toda la tranquilidad del mundo. De Barcelona echo de menos la vida cultural, la posibilidad de ir al cine, al teatro y esas cosas, pero poco más. La ciudad empieza a estar saturada de todo».

«Ahora bien, el pueblo tampoco es el paraíso —advierte José Pedro—. Para mí ha sido relativamente fácil porque estaba acostumbrado: al fin y al cabo es mi gente, es mi tierra. Pero el pueblo es duro si no lo has conocido antes. A alguien que haya vivido todo el tiempo en la ciudad se le puede hacer muy cuesta arriba».

Alicia Arrizabalaga es otra «arrepentida» de la gran urbe: de

Madrid a Lanzarote, a la busca de un estilo de vida más saludable y apacible. Atrás quedaron las jornadas maratonianas de doce horas, las comidas de trabajo, las presiones constantes. Con treinta y dos años dejó su empleo fijo en una editorial; ahora trabaja en jornada intensiva para la Fundación César Manrique...

«Me encuentro fenomenal en Lanzarote: me levanto contentísima, estoy en contacto permanente con la naturaleza y tengo un horario estupendo: las tardes son mías. Antes vivía con el agua al cuello: por las noches llegaba exhausta a casa y lo único que me apetecía era meterme en la cama».

La verdad es que Alicia nunca tuvo la tentación de ponerse el disfraz de ejecutiva agresiva. Su máxima ambición consistió siempre en trabajar en algo que le gustara y le hiciera sentirse útil. Que la implicara personalmente, pero no hasta el punto de invadir el último resquicio de su vida. Por codicia, desde luego, no iba a complicarse la existencia; eso lo dejó muy claro en un libro (*Vivir mejor con menos*) que escribió a medias con Daniel Wagman antes de dar el salto definitivo a la isla.

En Lanzarote ha caído por primera vez en la tentación de un coche —de segunda mano— y del teléfono celular («porque es lo que mejor me va entre tantas idas y venidas»). Pero ahí acaban sus lujos, además de la azotea, los amigos y las inmersiones en pleno invierno en el mar...

«Mucha gente que conozco me tiene sana envidia; me dicen que se cambiarían por mí, pero no lo hacen. Unos porque están atados por la familia, otros porque le tienen miedo al cambio o prefieren la seguridad económica».

A Blanca Diez Peña tampoco le quita el sueño el ganar más dinero. Estudió Económicas sin tenerlo muy claro, y en cuanto surgió la ocasión de entrar a trabajar en un banco, nada más acabar la carrera, se echó a temblar: «No me veía a mí misma atada a una mesa, amasando dinero sin más y atrapada en una rutina que ni me iba ni me venía. Yo quería trabajar en algo que me motivara de verdad y diera un cierto sentido a mi vida».

Con veinticuatro años, Blanca «fichó» por Tierra de Hombres, una ONG que se dedica a traer niños enfermos de países subdesarrollados para que puedan ser operados en hospitales europeos. Lo que empezó siendo su dedicación como voluntaria se

acabó convirtiendo en su profesión remunerada: «Mis antiguos compañeros de clase no lo entienden, claro. Me comparan con la madre Teresa y me preguntan: "¿Cómo has desaprovechado la ocasión de trabajar en el banco, cuando podrías estar ganando dos o tres veces más?" Lo que gano no se mide con dinero. El corazón se me encoge cada vez que logramos traer a un pequeño y voy a recogerlo al aeropuerto, o a ver cómo está en el hospital.

»¿El futuro? —se pregunta Blanca—. No lo sé, no pienso demasiado en ello. De momento no concibo otra cosa que las ONG. Es un trabajo tan agotador como gratificante. No me haré rica, pero al menos viviré intensamente y pondré lo mejor de mí al servicio de los demás».

BAJARSE DE LA MOTO

La apacible ciudad de Portland le distinguió no hace mucho como hijo honorífico: Dick Roy, cotizadísimo abogado local hasta los cincuenta y cuatro años, cuando decidió quitarse la corbata, renunciar a sus envidiables emolumentos (dos millones de pesetas mensuales) y dedicarse al sacerdocio de la austeridad. Ocho años le dura el coche, utiliza la bicicleta para moverse por la ciudad y dos pantalones le bastan para llenar el ropero. Él mismo recicla la basura orgánica en el jardín de su casa, que hace también las veces de huerto biológico. Hasta el pan lo hornea con sus propias manos: sin almidón ni levaduras; con cereales enteros, a la vieja usanza.

Dick Roy ha creado escuela en el noroeste americano al frente del Northwest Earth Institute, la asociación ecologista en la que ha invertido parte de sus ahorros. Las iglesias, los institutos y las empresas le abren las puertas para que adoctrine a médicos, abogados y ejecutivos y les enseñe cómo moderar el consumo y preservar al mismo tiempo el medio ambiente:

«Empezamos dos, mi mujer Jeanne y yo, y ahora ya tenemos miles de voluntarios repartidos por todo el estado de Oregón. Esto es como el milagro de los panes y los peces».

Camino de los sesenta, Roy exhibe una radiante jovialidad que tal vez se explica por el nuevo sentido que ha cobrado su vida. Mientras sus ex compañeros de profesión flirtean todos los días con el infarto, él intenta mantenerse sano con una sencilla receta: tranquilidad y buenos alimentos, aliñados con el entusiasmo y la convicción de estar trabajando por una sociedad mejor.

«¿Mi sueldo? Era absurdo matarse por el dinero; ni mi mujer ni yo necesitamos nunca tanto. Llegó un momento en que nos daba más preocupaciones que otra cosa. Eso sí, el giro en nuestras vidas no fue de la noche a la mañana; lo llevábamos meditando mucho tiempo y poco a poco fuimos introduciendo cambios. Yo dejé mi

trabajo, pero no nos ha hecho falta mudarnos de casa ni marcharnos a vivir a la montaña».

Phil Harrington, vecino de Washington, siguió un camino paralelo al de Dick Roy, sólo que con algunos años de antelación (cuarenta y cuatro) y con una meta distinta. Phil trabajaba como agente de seguros y comenzaba a estar harto de «vender castillos en el aire». En su escaso tiempo libre le dio por tomar cursos de masaje shiatsu hasta que, al cabo de cuatro años, consiguió un diploma para poder ejercer profesionalmente. Su siguiente paso fue invertir en una franquicia de The American Backrub (popularísima cadena de masajes y productos antiestrés) y pedirse una excedencia en el trabajo. Jamás volvería.

«A mi familia la tengo ahora más cerca que nunca: mi mujer y una de mis dos hijas trabajan conmigo. Pasamos por unos momentos de incertidumbre, pero el negocio empieza a funcionar y estamos ya pensando en montar un servicio de "telemasajes" para las oficinas. Fíjate las vueltas que da la vida: tal vez vuelva a la compañía donde trabajaba antes... a velar por la salud de mis ex compañeros».

Aunque económicamente ha salido perdiendo, Phil ha ganado en dos apartados que para él no tienen precio: independencia y energía vital. Otra de las grandes satisfacciones, dice, es poder ayudar a la gente a prevenir el estrés, los dolores de espalda y otras enfermedades: «A veces miro hacia atrás, pienso en todos los años que he quemado atado a una silla y pegado a un teléfono y me dan auténticas náuseas».

Betsy Taylor, ex adicta al trabajo (sesenta horas semanales), decidió imprimir un giro diferente a su vida laboral. Al poco de tener a su segundo hijo pidió la reducción de jornada a cuatro días a la semana, aun renunciando a la quinta parte del sueldo.

Le costó convencer a su empresa, pero una vez conquistado el privilegio ha ido siempre con él por delante, como condición indispensable para aceptar cualquier empleo. Su especialidad: recabar fondos con fines sociales. Ahora trabaja para la Merck Family Fund, en Maryland, y participa precisamente en estudios sobre consumo sostenible y calidad de vida: «Mi trabajo me gusta, y aunque la oficina me absorbe a veces más de la cuenta, sé que por lo menos tengo tres días enteros para volcarme en la familia».

Janet Luhrs, vecina de Seattle, se vio también en el eterno dilema de las madres trabajadoras: «Yo tenía muy metido en la cabeza lo del éxito profesional. Me licencié en Derecho un mes antes de tener a Jessica, y dos semanas después del parto me incorporé a un despacho de abogados. Duré sólo unos días en aquel infierno: me di cuenta de que era una estupidez dejarse la piel de esa manera para pagar la guardería».

Janet, divorciada tiempo después, trabaja ahora desde su casa como escritora, editora y distribuidora de una revista, *Simple Living (Vida Simple)*. Hace coincidir su jornada laboral con el horario escolar de sus dos hijos, y se pasa el día custodiada por sus gatos. Al menor síntoma de estrés, coge el ordenador portátil y se baja a escribir a orillas de un lago cercano...

«Las mujeres tienen un papel primordial en el cambio de estilo de vida. Durante muchos años nos hemos dedicado a imitar a los hombres y nos hemos comportado de una manera extremadamente competitiva. Poco a poco va habiendo una vuelta a ciertos valores que nunca se debieron perder. El trabajo es muy importante, pero la maternidad es un regalo del cielo».

CORTAR POR LO SANO

Hay ocasiones en que el trabajo no deja escapatoria. El estrés, la rutina, el desgaste personal, la ausencia de recompensas, todo eso se va cociendo durante años en una olla a presión hasta que un buen día explota.

Algo así fue lo que le pasó a Alfonso Anabitarte, que con treinta años recién cumplidos se enfrentó a la más dura decisión de su vida: le ofrecieron ser interventor de una financiera del entonces Banco Hispanoamericano. El ascenso era tentador, pero ante la perspectiva de más trabajo, más preocupaciones y menos tiempo para sí mismo, dijo sencillamente que no.

«Estaba harto del papeleo, de las reuniones, de tener que estar siempre a disposición de la empresa. Me di cuenta de que mi empleo me imponía un estilo de vida y una forma de ver las cosas que me hacían entrar en una contradicción cotidiana».

Alfonso decidió cortar por lo sano. Se despidió un buen día, se apuntó al paro y se inscribió en un curso de formación profesional. Le apetecía trabajar con las manos, así que cambió los números por la madera: de jefe de administración a ebanista.

Madrid se le quedaba demasiado ancho para sus nuevas y modestas pretensiones. El siguiente paso fue dar el salto a la sierra. En Alpedrete, con un coche de segunda mano y un radiocasette de tres mil pesetas, se propuso «trabajar las horas justas que te permitan ganar lo que necesitas para vivir». El cambio le sirvió además para retomar el contacto con su padre («jamás me llevé mejor con él») y para embarcarse en su propia familia: una hija...

«Mi mujer, María José, trabaja en un clínica veterinaria en el pueblo. Ahora, con la niña, podemos pasar apuros económicos, pero jamás me he arrepentido de dejar el banco. Al menos vivo conforme a mis valores y soy yo mismo el dueño de mi trabajo».

Josu Igartua tardó algo más en decidirse. Con cuarenta y dos

años, consiguió vencer las resistencias de su esposa y sus dos hijos para dejar primero el piso de Bilbao, después el chalé en Vitoria y recalar definitivamente en Ondarribia, su pueblo predilecto.

Atrás quedó su pasado gris como funcionario del Gobierno vasco; lo que a Josu siempre le gustó fue el diseño gráfico: «Antes era más difícil, pero hoy en día puedo trabajar perfectamente desde casa: con el ordenador, se acabaron las distancias. Recibo encargos de Bilbao, de Valencia, de Biarritz, y no tengo por qué moverme. Estoy en un lugar perfecto: al borde del mar, a un paso del Pirineo, al lado de la frontera. Es lo que siempre quise, ¿para qué más?».

Su mujer, Adriana, profesora de enseñanza media, sale adelante dando clases particulares. A ella le ha costado más acostumbrarse, y algunos fines de semana coge a los niños y se marcha a Bilbao a ver a sus padres. Josu les acompaña a veces, muy a su pesar: «A mí me tienen que llevar atado».

«Para aislamiento, el de la ciudad: te puedes pasar años viviendo en un piso y no conoces ni al vecino»... Otro que optó por marcharse al campo: Vicente Solana, técnico de programación de ordenadores (llegó a trabajar para la NASA) reconvertido en agricultor al borde de los cincuenta años. Su metamorfosis llegó por la vía ecológica y le costó un divorcio. Ahora vive con su segunda mujer, Amelia, y el hijo de ambos, Christian, en un poblachón de quinientos habitantes: Valdeabero.

«A lo largo del año pasan por aquí hasta mil caras nuevas: unos para comprar nuestros productos, otros para recibir cursos de construcción rural, otros para saborear los platos que cocina Amelia. No estamos ni aislados ni solos. Además, yo tengo que ir frecuentemente a Madrid con la furgoneta por motivos de trabajo».

Cuarenta y cinco kilómetros, todo un mundo, separan la vida anterior de Vicente («no muy distinta de la de cualquier profesional de clase media») de su actual ocupación de «hombre para todo». Él mismo se construyó la casa y él mismo se deja todos los días la piel en la tierra...

«Me encantaría tener tiempo para sentarme a ver de cuando en cuando la televisión o para meterme en Internet; lo que pasa es que el día no da más de sí. La vida que llevamos es más sencilla, pero exige todas nuestras energías: trabajamos de sol a sol, entre unas cosas y otras. Aun así, yo no cambio mi situación por la de antes. Lo

único que lamento es que no se viniera más gente con nosotros. Habíamos pensado hacer una comunidad ecológica siguiendo los principios de la Fundación Findhorn, en Escocia, aunque ya sabes lo que pasa: muchos te dicen que están hartos de la vida que llevan, pero luego les cuesta dar el paso adelante».

EN BUSCA DE LA SIMPLICIDAD

La busca del equilibrio a través de la vida simple ha sido una constante en todas las civilizaciones. Los padres espirituales del este (Buda, Confucio, Lao-Tse) ya nos invitaban a huir de los excesos y a no dejarnos cegar por la codicia. Los filósofos griegos y romanos —de Sócrates a Virgilio, pasando por Platón, Aristóteles o Diógenes— también profundizaron en el permanente conflicto entre la abundancia material y la riqueza del alma.

Para los estoicos, la simplicidad fue mucho más que un objeto de reflexión, casi una ley de vida. El cordobés Séneca, eterno punto de referencia, se propuso conquistar la serenidad con una fórmula que ha resistido impávida el paso del tiempo: «Aprendamos a contener el lujo, a templar la ostentación, a vivir sin ornamentos».

El esclavo Epicteto, otro notable estoico, llegó a decir: «Si quieres desarrollar tu habilidad para vivir de una manera sencilla, hazlo por ti mismo, silenciosamente, y no lo hagas por impresionar a otros». El emperador Marco Aurelio, alumno aventajado, tomó buena nota y nos dejó un espléndido legado en forma de *Meditaciones*, de lectura obligada para quienes piensen que la simplicidad es incompatible con el poder.

La moderación es una virtud que está también en la base de casi todas las religiones. El mismo Jesucristo fue un ejemplo de vida austera rayana en la miseria, y el voto de pobreza ha persistido por los siglos de los siglos, pese al boato de las altas jerarquías eclesiásticas.

Como manifestación religiosa o como corriente filosófica, como revolución social y política o como creación artística, el río de la simplicidad ha emergido de muy distintas formas a lo largo de la historia. El romanticismo, el espíritu rousseauniano de vuelta a la naturaleza y las utopías del siglo xix caminan en la misma línea de impostura o rebeldía contra los efectos perversos del materialismo.

En Estados Unidos, la idea triunfal del progreso ilimitado ha tenido siempre un contrapunto histórico en ilustres defensores de la austeridad como Benjamín Franklin, Henry David Thoreau o Ralph Waldo Emerson. De todos ellos, Thoreau es por antonomasia el profeta de la simplicidad, cabeza visible del grupo de «trascendentalistas» que se propuso rasgar en la superficie de la vida americana y reivindicar «el progreso espiritual del individuo».

Huyendo de «la masa de hombres que viven en perpetua desesperación», Thoreau abandonó su pueblo, Concord, y se marchó a vivir a una cabaña al borde de un lago «para afrontar los hechos esenciales de la vida e intentar aprender de ella, en vez de esperar a morir y descubrir que no he vivido».

La suya no fue la huida del eremita («en mi cabaña había siempre una silla para la soledad, otra para la amistad y otra para la sociedad»). Durante los dos años que estuvo viviendo en el bosque trabajó por temporadas como carpintero, albañil y jardinero para ganarse la autosuficiencia. Las muchas horas que le quedaban las invertía en leer, escribir y observar la naturaleza «hasta sentirme parte de ella».

Su experiencia quedó plasmada en *Walden* (1854), un clásico que tendría que esperar algunas generaciones para ver reconocida su auténtica valía. Thoreau no se pone como ejemplo a seguir; se conforma con contagiarnos su alegría vital: «Cada día era una invitación jubilosa a imitar la simplicidad, y hasta la inocencia diría, de la naturaleza en sí misma».

«Thoreau criticó muy duramente el optimismo material de Estados Unidos y condenó la ciega e inhumana persecución de la riqueza —escribe David Shi, autor de *The Simple Life*, completísima incursión histórica en los anales de la vida simple—. Estaba convencido de que los niveles de prosperidad alcanzados a mediados del siglo xix eran una ocasión ideal para permitir a la gente trabajar menos y poder dedicar más tiempo "a las cosas del alma y del intelecto".

»En todas las épocas, la simplicidad ha sido al mismo tiempo una mítica aspiración social y una guía de comportamiento individual —añade Shi—. En ambos sentidos, casi siempre ha sucumbido a manos del progreso, pero nunca ha desaparecido como tal. Siempre ha quedado cultivándose en pequeños reductos, como

las comunidades de los amish y los cuáqueros.

Y cuando la sociedad la creía ya muerta, de pronto ha resurgido con fuerza inusitada».

La influencia proverbial de una figura como Gandhi fue decisiva para rescatar la idea en este siglo. En los albores de la sociedad de consumo, Occidente miró a Oriente en busca de respuestas. Todo aquel descontento social acabaría fraguando en el movimiento hippie, en la generación *beat* y en la explosión contracultural que sacudió Europa y Norteamérica a lo largo de los años sesenta y los setenta.

Proliferaron las asociaciones y las revistas de «ecología social». Los «situacionistas» denunciaron los excesos del comercialismo. Se publicaron títulos como *¡Ya tenemos bastante!, Viviendo pobre con estilo* o *Camino hacia la frugalidad*… De todos ellos han pervivido especialmente dos: *¿Tener o ser?*, de Erich Fromm, y *Lo pequeño es hermoso*, de E. F. Schumacher.

Fromm detectó hace dos décadas el hastío y la infelicidad de nuestro estilo de vida: «La mayoría del mundo occidental conoce el placer de consumir, pero un creciente número de consumidores sienten que les falta algo: están empezando a descubrir que tener mucho no produce bienestar». Las raíces del «mal de siglo», en su opinión, hay que buscarlas en el culto desmedido a las posesiones: «Las cosas y yo nos convertimos en objetos, y yo las tengo, porque tengo poder para hacerlas mías, pero también existe una relación inversa: las cosas me tienen».

E. F. Schumacher, por su parte, cargó las tintas contra un «sistema irracional de producción de masas que se ha olvidado por completo del factor humano». «Necesitamos una nueva dirección —advertía Schumacher—, una dirección que apunte a las necesidades reales del hombre. El hombre es pequeño, luego lo pequeño es hermoso».

El paroxismo de los años ochenta enterró éstas y otras ideas. Tras el fracaso del comunismo, comenzó a tomar cuerpo la Internacional Consumista. El mundo entero bailó al trepidante ritmo de Wall Street. La simplicidad, de nuevo, se dio por extinguida.

Pero a principios de los noventa resucita en Norteamérica, de la mano de un plantel de inmejorables críticos sociales: Duane Elgin,

Alan Durning, Jerry Mander, Theodore Roszak, Paul Wachtel. *La bolsa o la vida,* de Joe Domínguez y Vicki Robín, se encarama a la lista de bestséllers y el fenómeno salta a la televisión y a las portadas de las revistas. Surgen nuevas y cada vez más sólidas publicaciones (*Utne Reader, Yes!, Adbusters, Hope*). El abanico de grupos y asociaciones se amplía por días.

En Seattle, por azares del destino, convergen varios de los impulsores de la vida simple. Allí surgen los primeros «círculos de estudio», que en los últimos años se han extendido por Estados Unidos. Cecile Andrews, su infatigable creadora, está convencida de que así, en grupos de seis o siete y sin armar excesivo ruido, irá creciendo la bola de nieve: «De lo que se trata es de crear lazos entre la gente, recobrar el sentido de comunidad y la capacidad de acción en nuestro entorno inmediato».

Los «círculos de la simplicidad» se convocan en casas o en cafeterías por espacio de dos horas. Las reuniones comienzan con una charla informal sobre las últimas experiencias «materiales» de cada uno («esta semana he conseguido reducir mis gastos a ciento cincuenta dólares»; «he decidido desprenderme de la televisión») y derivan luego a los aspectos más insospechados del día a día.

«La gente viene a los "círculos" huyendo del vacío y la desazón de la vida moderna —se explica Cecile—. Y entre todos hemos descubierto la paradoja: al tiempo que simplificamos nuestros hábitos, nos vamos enriqueciendo por dentro. La vida se vuelve menos complicada, pero interiormente es mucho más compleja.

»También nos hemos convencido de que no hace falta romper radicalmente o marcharse a vivir al bosque. Los cambios es mejor hacerlos gradualmente, empezando por uno mismo e intentando modificar el entorno inmediato. Se puede aspirar perfectamente a una vida sencilla en la gran ciudad».

Cecile, infatigable habladora, orquesta su «círculo» de estudio en Seattle en torno al tema del día: costes y beneficios de la abundancia. Los contertulios deberán llenar una hoja con todo lo que hacen a lo largo de una jornada laborable. Al final tendrán que responder, con el corazón en la mano, al siguiente cuestionario:

¿Qué obtienes a cambio de cada una de estas actividades?

¿Cuántas de ellas se refieren al aspecto material de tu vida? ¿Cuántas al espiritual intelectual o personal? ¿Hasta qué punto esas

actividades encajan con tu meta en la vida?

¿Serías capaz de prescindir de alguna de ellas? ¿Te imaginas poder vivir de otra manera?

ORA ET LABORA

QUEMADOS

Hubo un tiempo, no muy lejano, en que tal vez disfrutábamos con el trabajo. Y aun si no nos agradaba excesivamente lo que hacíamos, por lo menos nos servía para pagar las facturas y regalarnos algún que otro capricho. Como vocación o como medio de vida, como pasión diaria o como soportable rutina, el trabajo cumplía su función y punto.

Hoy por hoy, el trabajo es algo más que eso. Es, sobre todo, una fuente constante de estrés, sobrecarga, angustia, insatisfacción y fatiga.

La revista *Scientific American* revelaba en 1994 que, al cabo de medio siglo, el rendimiento por hora trabajada se ha duplicado en los países industrializados. Las nuevas tecnologías han provocado despidos en masa y están ejerciendo aún más presión sobre quienes han logrado salvar su puesto. La competencia salvaje, las crisis económicas y la inseguridad laboral han obligado a extender las jornadas laborales mucho más allá de lo que estipulan los contratos o los convenios. En las oficinas se respira un aire cada vez más espeso y viciado.

El resultado de todo esto es lo que en inglés se conoce como *burn-out* y que podemos traducir como la «quemazón laboral».

A principios de los ochenta, los psicólogos americanos comenzaron a estudiar los efectos del *burn-out* en profesiones estresantes como la medicina, la asistencia social o la enseñanza. Al cabo de una década, el mal está tan extendido que alcanza ya proporciones epidémicas.

Christina Maslach y Michael Leiter, autores de *The truth about burn-out (La verdad sobre el burn-out)* cargan las tintas sobre las grandes compañías y las acusan de haber olvidado por completo el factor humano durante la reconversión tecnológica. Todos, desde el máximo directivo al más humilde de los trabajadores, están

pagando ahora muy caras las consecuencias.

«Los lugares de trabajo se han vuelto fríos, hostiles y demasiado exigentes —escriben Maslach y Leiter—. La gente está emocional, física y psicológicamente exhausta. Su dedicación laboral les roba toda la energía y el entusiasmo. La satisfacción por el trabajo bien hecho o el mínimo reconocimiento son cada vez más difíciles de conseguir. La vinculación y el compromiso personal con la empresa se están desvaneciendo».

El *burn-out* se encuentra a medio camino entre el estrés y la depresión. El primer aviso nos llega en forma de cansancio: nos levantamos tan agotados como nos acostamos, nos falta aliento vital la sola idea de pisar la oficina nos produce náuseas.

La segunda etapa es la del cinismo: nos sentimos cada vez más distantes del trabajo, adoptamos una actitud de «no implicación», todo lo enjuiciamos por el lado negativo. Al final, desembocamos en la ineficiencia: las tareas se hacen cada vez más cuesta arriba, perdemos confianza en nuestras habilidades y cualquier nuevo proyecto, por modesto que sea, nos resulta abrumador.

Dolores de cabeza, trastornos gastrointestinales, tensión muscular, alta presión sanguínea, ansiedad, insomnio... El *burn-out* produce, por lo general, una sucesión de malestares en cadena. La forma más fácil de aliviarlos suele ser el alcohol, las drogas o las pastillas.

Maslach y Leiter consideran que estamos más ante una «enfermedad social» que ante una dolencia que se propaga de persona en persona... «Lo que está fallando es la estructura de las empresas: cuando a un trabajador se le obliga a renunciar a su lado humano, la mente y el cuerpo se rebelan».

La principal causa del *burn-out* es sin duda la sobrecarga: con la ayuda de la máquina, el trabajador se ve forzado a realizar el doble de tareas en la mitad de tiempo. Su labor es más intensa y compleja: sólo para poder interaccionar con el ordenador se ve obligado a una puesta al día permanente, casi siempre a costa de su tiempo libre.

El aislamiento, el automatismo, la falta de control, la ausencia de recompensas, los conflictos de valores... Todo esto provoca una especie de centrifugado en la mente del trabajador, que arrastra su «quemazón» hasta que no puede más y explota.

La depresión es ya la segunda causa de bajas laborales. El estrés está considerado como uno de los principales desencadenantes de los ataques al corazón. El síndrome de fatiga crónica, una enfermedad prácticamente desconocida hasta 1988, hace estragos entre los yuppies.

Y es que la mayoría de las oficinas, aparentemente pulcras e inofensivas, son tan peligrosas para nuestra salud física y mental como las cadenas de producción de principios de siglo.

TRABAJAR MENOS, TRABAJAR TODOS

Nos las prometíamos muy felices con la sociedad del ocio. Las máquinas —decían— trabajarán por los hombres. Lo último que podíamos imaginar es precisamente lo que está pasando: el hombre, con la máquina, produce lo que dos hombres.

Desde 1938 estamos anclados en la jornada semanal de cuarenta horas: los mismos esquemas rígidos de hace medio siglo, multiplicados por los largos desplazamientos, las horas extras, el «tiempo fachada» que no nos pagan y la incorporación masiva de las mujeres al mundo laboral. La revolución tecnológica ha cambiado drásticamente nuestros hábitos, sí, pero de momento ha contribuido bien poco a mejorar nuestra calidad de vida.

En Estados Unidos se trabajaba a finales de los ochenta ciento sesenta y tres horas anuales más que dos décadas antes, según revela la socióloga Juliet Schor en *The Overworked American (El americano sobretrabajado)*. En Europa, las crisis económicas y el fantasma del paro congelaron indefinidamente las conquistas sociales.

La ley del mercado ha impuesto su aplastante dinámica sobre el estado de bienestar, y así estamos todos: atrapados en la espiral de la producción y el consumo.

«En períodos anteriores de la historia, el incremento de la productividad ha traído una reducción sistemática de la jomada laboral —apunta Jeremy Rifkin en *El fin del trabajo*—. La primera fase de la revolución industrial, en el siglo XIX, permitió el recorte de las ochenta a las sesenta horas semanales. En la transición de la era del vapor a la de la energía eléctrica y del petróleo, el incremento de la productividad posibilitó la reducción de la jornada hasta las cuarenta horas.

»Todo lo contrario ha ocurrido desde que comenzó la

implantación de los ordenadores», denuncia Rifkin, que acusa a los gobiernos y a las empresas de no haber querido «socializar» las ganancias de la revolución tecnológica. Habla el autor de la necesidad de «un nuevo contrato social», y cree llegado el momento de una reducción de la jornada laboral «a treinta o incluso veinte horas semanales».

El recorte, según Rifkin, serviría no sólo para poner fin a la insostenible presión laboral sino para aliviar de paso el problema acuciante del paro.

Empresas como Volkswagen han demostrado ya con hechos que la teoría funciona. En 1994, con el visto bueno de los sindicatos, se implantó la semana laboral reducida —de veintiocho a treinta y cinco horas— para evitar el despido de 31.000 empleados. Los trabajadores, eso sí, tuvieron que arrimar el hombro y disminuir hasta el 20 % de su poder adquisitivo.

Digital Equipment ofreció a sus empleados la posibilidad de trabajar cuatro días a la semana aun a costa de perder el 7 % de su sueldo. El 13 % de la plantilla accedió a ganar menos a cambio de más tiempo libre. Gracias a esa singular iniciativa, la compañía pudo mantener noventa puestos de trabajo que estaban condenados a desaparecer.

Lavorare Meno, Lavorare Tutti. «Trabajar menos, trabajar todos», como dice el eslogan acuñado por los sindicatos italianos. Italia fue uno de los primeros países europeos en airear el debate de la reducción de la jornada laboral como antídoto contra el desempleo. El empresario Cario de Benedetti defendió públicamente la medida. El gobierno se ha fijado una fecha, el 2001, para consagrar legalmente las treinta y cinco horas.

En Francia, la brecha la abrió el socialista Lionel Jospin, que se ha propuesto el año 2000 como meta. A partir de ese momento, el recorte de treinta y nueve a treinta y cinco horas semanales afectará a empresas con menos de veinte trabajadores. Jospin se ha dejado llevar por su intuición y ha preferido desoír la advertencia agorera de las patronales: perderemos competitividad y habrá más paro. Ya veremos...

¿Y en España? Encabezamos el ranking europeo de desempleo y de horas extras. Pese a todos los tópicos, somos el tercer país de la UE donde más se trabaja (40,7 horas semanales, frente a las 40,3 de

media). Y aun así, los políticos y los empresarios se obstinan en seguir en sus trece. Los sindicatos, por fin, se han hecho eco y piden que sigamos el ejemplo de nuestros vecinos de Europa: trabajar menos para trabajar todos (o casi todos).

EMPRESAS CON CORAZÓN

Me tratan como a un esclavo. Nadie se interesa por mi trabajo. Mis compañeros pasan. El jefe nunca escucha... La rutina habitual de cualquier oficina. La sumisa y resignada actitud con la que comienzan y acaban su jomada millones de trabajadores. ¿Hasta cuándo?

Un poco de paciencia; parece que la cosa está cambiando. Los primeros en advertirlo han sido los especialistas en técnicas de dirección de empresas: la autoridad, la agresividad, la competitividad dentro de las oficinas son valores a la baja; los que ahora se estilan son la creatividad, la intuición, la labor de grupo. En suma, la *inteligencia emocional* aplicada al trabajo.

El yuppie ambicioso y trepador es una especie en extinción. Las compañías comienzan a interesarse por los «ejecutivos con corazón». El cambio de rumbo lleva algunos años gestándose en las grandes multinacionales americanas y comienza a extenderse al resto de los países industrializados.

La onda expansiva está llegando a nuestras costas; lo atestigua Lola Rodríguez, experta en selección y formación de personal: «Antes primaba sobre todo el currículo y la experiencia; ahora comienzan a tenerse en cuenta factores como la capacidad para manejar el estrés o para automotivarse».

Lola Rodríguez sabe lo que se cuece a diario en nuestras oficinas. Y muchas veces siente auténtica impotencia «porque en España seguimos sin prestarle atención a lo decisiva que resulta nuestra actitud ante el trabajo». La falta de motivación, el desgaste físico y mental, el aislamiento profesional, la incapacidad manifiesta para controlar y aprovechar el tiempo son sólo una parte del problema. La otra parte: los colegas, los subordinados, los jefes.

En el trabajo, el «analfabetismo emocional» es un virus que igual se propaga hacia arriba que hacia abajo. A veces son los jefes, que

siguen sacando el látigo como en la época de las galeras. En el otro extremo de la cuerda están los «mandados», incapaces de pulsar una tecla sin una orden expresa.

Durante décadas, las grandes compañías han sacrificado todo en nombre de la autoridad, la racionalidad y la productividad. Las pérdidas —económicas y personales— han sido tan grandes que parece llegado el momento de dar una vuelta a la tuerca.

«Estamos en los albores de una revolución que va a alterar por completo las relaciones laborales y el mundo de los negocios —pronostican Robert Cooper y Ayman Sawaf, autores de *Executive EQ* (la inteligencia emocional aplicada al liderazgo y la organización)».

«Exteriorizar las emociones en el trabajo se ha percibido siempre como un signo imperdonable de debilidad o vulnerabilidad —escriben Cooper y Sawaf—. Se creía, equivocadamente, que las emociones menoscaban el rendimiento laboral y se exigía a los empleados un comportamiento racional de hombres-máquina. Las empresas se han dado cuenta del coste que ha tenido la política seguida en la última década: caídas de la productividad, crisis de creatividad, bajas por depresión, falta de alicientes».

Según el Departamento de Trabajo de Estados Unidos, el 46 % de los americanos que en 1996 se despidieron de sus empresas lo hicieron porque no se sentían suficientemente apreciados. Cooper y Sawaf sostienen que estamos ante una auténtica fuga de «cerebros emocionales», aunque las compañías están reaccionando. ¿Cómo? Haciendo menos hostiles las oficinas, «humanizando» la formación del personal facilitando apoyo psicológico en el lugar de trabajo, creando salas de expansión o de meditación, regalando a los empleados masajes gratuitos de quince minutos…

Cooper y Sawaf han extendido la noción del EQ (coeficiente emocional) por compañías como Arthur Andersen, Motorola, 3M y Smithkline Beecham. En 3M, por ejemplo, los técnicos pueden dedicar el 15 % de su horario laboral a un «proyecto creativo» de su propia elección, donde dan rienda suelta a la intuición y a otras habilidades normalmente reprimidas por la rutina.

Boeing, Federal Express, Ford y General Motors son otras de las empresas pioneras en este campo… Hablan los autores del caso ejemplar de Alfred Sloan, el patrón de la General Motors, que reunió un buen día a los jefes de departamento para conocer su

punto de vista «ante una importantísima decisión». Como todos dieron la callada por respuesta, Sloan decidió aplazar su aprobación «hasta que haya alguna voz en contra». Disentir es de humanos.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA SER MÁS «EMOCIONALMENTE INTELIGENTES» EN EL TRABAJO

- No se lo calle. Diga lo que piensa, siempre desde una perspectiva constructiva. Extienda la queja a su jefe. Razone su punto de vista y ofrezca alternativas.
- No interprete un papel; sea usted mismo. Asuma el riesgo de parecer imperfecto. Exteriorice sus emociones y aprenda a canalizarlas. Apóyese en algún compañero próximo, pero no se encierre en un micromundo. Rompa el círculo.
- Sea generoso y agradecido. Aprenda a dar las gracias y a reconocer en los demás el trabajo bien hecho. No tardará en recibir *feedback* y en sentirse más motivado.
- Declare la guerra al «tiempo fachada». No se quede más horas calentando el sillón por guardar las apariencias. Aproveche mejor el tiempo.
- Practique regularmente ejercicio físico. Tómese pausas estratégicas para relajarse. Haga estiramientos y salga a respirar aire fresco: le ayudará a mantener la mente despejada.
- Déjese llevar por su intuición práctica. No lo deje todo en manos de los analistas. Sea optimista. Tenga sentido del oportunismo.
- Libere su creatividad. Si el ambiente de trabajo no lo permite, hágalo en su tiempo libre: tarde o temprano repercutirá en su quehacer diario.
- Aprenda a trabajar en grupo. No se aisle ni personal ni profesionalmente. Adquiera un «compromiso común» y, sobre todo, dialogue.
- (Para jefes) Ejerza influencia sin autoridad. Sea un mentor y, al

mismo tiempo, un ejemplo a imitar. Comience una crítica por un aspecto constructivo. Jamás humille a sus empleados.
- (Para jefes) Sepa escuchar. Póngase en el lugar del otro: practique la «empatía». Provoque respuestas; no acepte el silencio cómplice de la gente a su cargo.

¡FINES DE SEMANA DE TRES DÍAS!

«Mirando al siglo XXI, no es ninguna utopía irrealizable pensar en jornadas de trabajo semanales de treinta y dos horas, organizadas en cuatro días, por más que no sea posible imponerlo ahora por decreto».

La feliz propuesta pudo escucharse en el 34 Congreso del PSOE. Nuestros políticos se hacen por fin eco de una idea revolucionaria que lleva experimentándose en algunas empresas centroeuropeas y norteamericanas desde principios de los noventa… ¡Fines de semana de tres días!

En Estados Unidos lo llaman *flex time*, tiempo flexible, y cuenta ya con respaldo parlamentario: el trabajador puede negociar la extensión de la jornada diaria y, a cambio, acumular tiempo que luego canjeará por días libres, preferentemente los viernes. A lo largo del año, disfrutará de veinticinco a treinta fines de semana a lo grande.

Glenette Alston, administrativa a sueldo de Bechtel, el gigante de la construcción, se apuntó en 1995 a la nueva tendencia. Decidió trabajar nueve horas al día, en vez de las ocho de rigor, y a cambio ganarse a pulso el sueño de dos viernes libres al mes.

«El cambio ha sido decisivo en mi vida —dice la interesada, que entra a trabajar a las nueve y sale a las seis (media hora para el almuerzo)—. Llego un poco más tarde a casa, sí, pero cuando pienso en el viernes libre se me hace la boca agua. Disfrutar de tres días seguidos de descanso no tiene precio, sobre todo si tienes hijos».

Glenette, divorciada, vive en San Francisco con su hija, y a ella le dedica gran parte de su nuevo tiempo libre: «Las mañanas las aprovecho para hacer las compras; luego la recojo en cuanto sale del colegio y nos vamos juntas a un parque, a ver una película, a cenar fuera. Los viernes que no trabajo se han convertido en

nuestros días por excelencia. Yo, personalmente, me relajo mucho más y he podido superar ese estado de ansiedad que a menudo me impedía disfrutar de los domingos».

«Flexibilidad es la palabra —sentencia Susan Seitel, presidenta de la Work and Family Connection, una asociación que aboga por el cambio del mercado laboral—. Las familias están pidiendo a gritos más tiempo libre para poder pasarlo juntos. No podemos funcionar con los mismos esquemas laborales de los años cuarenta».

Otra mujer, Suzanne Smith, directora de New Ways lo Work, lleva años vigilando de cerca las nuevas tendencias de trabajo: «En los ochenta vivimos una época de paroxismo laboral, pero en los noventa la gente valora bastante más el tiempo para su disfrute personal. Muchos profesionales han comenzado a exigir a sus empresas semanas laborales de cuatro días o cuatro días y medio».

En España, la jornada «intensiva» de los viernes comienza a ser una práctica bastante habitual, pero las empresas son aún bastante reticentes a negociar el intercambio de horas extras por jornadas de asueto…

Por la peculiaridad de su trabajo, María José Manteiga, periodista de Antena 3 TV, pudo saborear las mieles de tres días libres a la semana: «Te cambia por completo el concepto del tiempo; los días que no trabajas se estiran y, a veces, hasta no sabes qué hacer con ellos. Yo aproveché para acabar la carrera, después de tantos años, y para meterme en cursos de cocina, apuntarme a un gimnasio, regalarme un masaje de cuando en cuando y, en fin, todas esas cosas para las que normalmente nunca tienes tiempo».

Al cabo de cuatro años, sin embargo, María José volvió a engancharse a la dinámica trepidante: «Fue una decisión más profesional que personal. Me notaba un poco pasada de vueltas, como que iba siempre contra la corriente y me costaba coger el ritmo. Necesitaba, por así decirlo, una inyección de adrenalina. Pero ahora me doy cuenta de que el tiempo se me va de las manos y que es muy difícil echar el freno. Si me ofrecen otra vez los tres días libres, firmo ya mismo».

¿TELETRABAJO? SÍ, GRACIAS

Si algo tenemos que agradecerle a las nuevas tecnologías es el regalo, impagable, de poder trabajar desde casa. Lo afirmo con conocimiento de causa, después de cuatro años «teletrabajando» y de haber sopesado los inconvenientes y las ventajas de no tener que desplazarme a diario a una oficina.

Al principio se echa de menos la bocanada de aire fresco por las mañanas, el contacto con los compañeros y amigos, el café y la caña, el «gusanillo» del ambiente de trabajo, la reconfortante sensación de regresar a casa al final de la jornada. Te sientes incierto, confuso, secuestrado, comiendo más de la cuenta y moviéndote cada vez menos, odiando el ordenador y el teléfono y suspirando por un contacto real, desbordado por las tareas e incapaz de desconectar.

Hay un momento en que todo esto pesa más en la balanza y uno se plantea seriamente admitir el error y volver al vientre de la empresa-madre con la cabeza gacha.

Pero, a partir de cierto punto, las piezas que antes chirriaban comienzan a encajar. Se descubre una nueva dimensión del tiempo: todo es cuestión de saber organizarse y no dejarse llevar por la indolencia o la falta de motivación. Adiós al suplicio diario del coche, a las charlas insustanciales, a las comidas de trabajo y al qué dirán. Se firma la paz con la tecnología y se hace el propósito de no dejarse dominar por ella. Y todo lo que se ahorra, lo invierte uno en sus relaciones personales y en las aficiones que siempre quiso cultivar: puertas abiertas a un nuevo estilo de vida, sin las rigideces ni las tensiones que hemos convertido en el pan de nuestros días.

Además, dicen las encuestas, el trabajador a distancia se vuelve del 15% al 20% más productivo y está, por lo general, más satisfecho consigo mismo, más a tono con su familia y menos expuesto al estrés, la depresión y los infartos. Puede comer y cenar

en casa todos los días. Tiene total libertad para vivir en el corazón de la ciudad o para emboscarse en el campo. Contribuye además a aliviar el problema de la contaminación y del tráfico.

Dicho lo cual, conviene precisar que el «boom» del teletrabajo se ha hinchado excesivamente en los medios de información. En Estados Unidos, avanzadilla mundial, los teletrabajadores apenas superan el 6 % de la población activa y crecen a un ritmo muy inferior al previsto hace una década. Europa acaricia el sueño de diez millones de trabajadores a distancia para el año 2000, aunque las proyecciones más realistas hablan de dos o tres millones. España anda a la zaga: a finales de 1997, rondábamos los doscientos mil.

La utopía futurista de todos trabajando desde casa está comenzando a desvanecerse, entre otras cosas porque la mayor parte de los empleos del sector servicios requiere todavía el contacto directo con el cliente. A las empresas les está costando cambiar de mentalidad: no consideran ni práctico ni económico eso de tener a los empleados a sus anchas y a distancia (temen un descenso de la productividad, una pérdida del concepto de equipo y un envilecimiento del ambiente laboral).

El común de los trabajadores, por lo demás, no acaba de ver las ventajas de pasarse el día en zapatillas y pijama, encerrados entre las cuatro paredes de su casa y debatiéndose entre el llanto del niño y el reclamo a tres voces del teléfono, del fax y del correo electrónico. A muchos les asusta de antemano el reto de torear simultáneamente los problemas del trabajo y de la familia; otros temen perder el empleo o bajar enteros en la escala de promoción. Los hay que se ahogarían sin los chismes de la oficina.

En Estados Unidos empieza a haber ya un pelotón de «arrepentidos» del teletrabajo; gente como Catherine Rossbach, que estuvo un año teleempleada para una editorial desde su apartamento en Rye, Nueva York, y al cabo de un año terminó volviendo a la oficina: «Muchos días me daban las cinco de la tarde y aún no me había duchado. El trabajo se solía prolongar siempre mucho más de lo debido, y las interferencias eran continuas: que si las faenas domésticas, que si las llamadas particulares, que si las visitas a la cocina. Pero lo peor de todo era la falta de contacto social: todos los días estaba deseando que llegara el hombre de Federal Express para ver a alguien de carne y hueso».

Un caso bien distinto es el del madrileño Eduardo Escalante, publicista, que paga unas facturas «kilométricas» todos los meses (dos líneas de teléfono, fax, móvil, Internet) pero que no volvería a pisar una oficina «así me maten»: «Yo me impongo mi horario, no tengo que rendir cuentas a todas horas y, si se me cruzan los cables, me regalo una tarde libre. Me ha llevado tiempo acostumbrarme: lo más difícil es encontrar el equilibrio entre la flexibilidad y la autodisciplina. Pero al final compensa; puedes pasarte todo el día en vaqueros y no tienes por qué estar corriendo de un lado para otro».

Publicistas, escritores, periodistas, programadores, consultores… Los profesionales autónomos son quienes más a mano tienen la posibilidad del teletrabajo. También los empleados de bancos, agencias de seguros y grandes multinacionales como Rank-Xerox, British Telecom, American Express, ATT, Merrill Lynch o IBM.

Para ponérselo más fácil a sus empleados, la compañía norteamericana Merrill Lynch ha creado el Laboratorio de Simulación del Teletrabajo. Durante un período de transición de dos a cuatro semanas, los trabajadores acuden a diario al «laboratorio», donde se les enseña a capear las distracciones habituales en una casa (la cocina, los niños, las llamadas personales, las visitas inesperadas) y a ser por lo menos igual de productivos que en la oficina. Diversos especialistas instruyen a los aspirantes a teletrabajadores en «asignaturas» tales como el síndrome del aislamiento, el mobiliario «ergonómicamente correcto» o las nuevas posibilidades de Internet.

En nuestro país, IBM ha sido tal vez la empresa que más fuerte ha apostado por el trabajo a distancia: la mitad de sus mil cuatrocientos empleados en 1997 no acudían regularmente a la oficina, de modo que pudo ahorrarse los gastos de alquiler de dos edificios enteros (y ver aumentada su productividad en un 17%). Otras grandes compañías están siguiendo su ejemplo, pero la mayoría de las pequeñas y medianas empresas no se atreven de momento a conceder ese privilegio.

Las oficinas de trabajo temporal, sin embargo, ofrecen ya bolsas de empleo para «personal a distancia». En Madrid tiene su sede la Asociación Española de Teletrabajo, dispuesta a asesorar a quien pretenda probar fortuna.

¿Trabajar desde casa? La oferta es tan seductora como desafiante. En cualquier caso, exige un cambio radical de mentalidad y un severo ajuste de prioridades. Tan difícil es dar el paso adelante como fácil la marcha atrás...

«Estamos ante la última encarnación de ese largo deseo reprimido, el más reciente intento de hacer el trabajo más humano, desligado de algunos de los condicionamientos que lo hacían difícil y, a veces, penoso», dice Antonio Sáenz de Miera en el prólogo del libro *El teletrabajo*.

Pero, como todos los que hemos probado las mieles del empleo a distancia, Sáenz de Miera se deja embargar por un sentimiento ambivalente: el teletrabajo puede ser un arma liberadora o también convertirse en una trampa, «una amenaza para la felicidad prometida, en los problemas del aislamiento, de la falta de interacción social y en el potencial decaimiento de la solidaridad».

DIEZ SUGERENCIAS… PARA TRABAJAR DESDE CASA

- Aisle al máximo el lugar de trabajo (si es posible, en una habitación aparte). Si tiene que trabajar en el salón, delimite claramente la zona de trabajo (evite que se le coman los papeles y nunca tenga el ordenador a la vista). No trabaje en el dormitorio: evite que el trabajo interfiera en su descanso.
- Impóngase el horario que mejor le convenga y procure respetarlo. Sea flexible sólo hasta cierto punto. No se deje llevar por la indolencia y practique la autodisciplina: cuanto más tarde empiece, más se prolongará su jornada. Fíjese una hora límite.
- No se siente a trabajar en pijama y zapatillas. Vístase confortablemente, sin las rigideces de la oficina, pero oblíguese a adoptar una actitud de trabajo.
- Combata el sedentarismo y el «síndrome de Estocolmo». Oblíguese a salir como mínimo dos veces al día (salga a desayunar o a estirar las piernas antes de comenzar la jornada). Impóngase citas sociales; quede con los amigos fuera de casa.
- Haga ejercicio regularmente, preferiblemente al aire libre. Impóngase pausas cada treinta o cuarenta minutos delante del ordenador.
- Mantenga un contacto permanente con el lugar de trabajo. Desplácese una vez por semana si le es posible; le ayudará a no perder la referencia.
- Procure seguir en contacto con sus compañeros de trabajo. Combata la sensación de aislamiento laboral. Evite roces y envidias por su situación «privilegiada». Aprenda a automotivarse.
- Silencie el teléfono fuera del horario laboral y deje trabajar el contestador. Combata el estrés «casero»: prescinda del teléfono móvil si no es estrictamente necesario para su trabajo. De lo

contrario, será incapaz de «desconectar» y tendrá la sensación de estar trabajando veinticuatro horas al día.

- Negocie con su compañía el pago de todos los gastos generados por su oficina «casera», desde el ordenador a la instalación de una segunda línea telefónica para uso estrictamente laboral.
- Evite las jornadas maratonianas. Anteponga siempre la salud y las relaciones personales. Al menor conflicto, recuerde: está en su casa.

TECNOESTRÉS

Desde que los ordenadores impusieron su lógica aplastante, un nuevo fenómeno está tomando cuerpo en las oficinas: el tecnoestrés. El psicólogo Craig Brod, primero en acuñar el término, lo define como «un mal moderno causado por la falta de adaptación a las innovaciones tecnológicas».

El tecnoestrés puede tener su raíz en el miedo, tan humano, a trabajar con las máquinas (se calcula que uno de cada tres trabajadores sufre algún grado de tecnofobia). Pero muchas veces se manifiesta incluso en consumados expertos informáticos, urgidos por el esfuerzo de mantenerse al día en los últimos avances, privados casi totalmente de contacto personal, compelidos a embarcarse en dos o tres tareas simultáneamente.

Nuestras rutinas laborales —y cada vez más las domésticas— están tan tecnificadas que una «caída» del ordenador, un error de transmisión en el fax o una interferencia en el celular nos acaban sumiendo en la mayor de las desesperaciones.

La gran ventaja de las nuevas tecnologías —la movilidad que permiten al trabajador— es una arma de doble filo... «El ordenador y el teléfono nos liberan de las cadenas del espacio, pero al mismo tiempo abren las puertas a una permanente intrusión en nuestras vidas —sostienen los psicólogos Michelle Weil y Larry Rosen, autores de *Technostress (Tecnoestrés)*—. Esa situación de "disposición permanente" puede llegar a crear una ansiedad extrema. A menudo olvidamos que la tecnología no es más que una herramienta y que no tenemos por qué estar a expensas de ella las veinticuatro horas del día».

La solución al tecnoestrés, afirman Weil y Rosen, no está en declarar la guerra a las máquinas: «Hay que saber controlar la situación. Primero, superando el miedo inicial, que muchas veces no es sino ignorancia. Después, siendo selectivo con su uso para evitar

la sobrecarga mental. No hay que dejarse traicionar por los nervios al menor fallo técnico. Tenemos que huir de los comportamientos mecánicos y tomarnos las pausas necesarias».

Weil y Rosen aconsejan, siempre que la naturaleza de nuestro trabajo lo permita, que nos tomemos un día semanal de «descompresión tecnológica»: durante una sola jornada, hacer las cosas «a la antigua» (escribir a mano, echar las cuentas, visitar a clientes con los que sólo nos carteamos por e-mail).

Los autores de *Tecnoestrés* nos previenen contra una serie de síntomas del nuevo mal, como el *multitasking*: el hábito, contagiado por las «ventanas» del ordenador, de realizar varias tareas a la vez. Las víctimas del *multitasking* sufren, por lo general, frecuentes pérdidas de memoria y son incapaces de concentrarse en un solo cometido.

Otra de las manifestaciones más comunes del tecnoestrés es el llamado «síndrome de fatiga informativa», causado por la avalancha excesiva de datos (que el ordenador es capaz de procesar, pero no la mente humana). En un sondeo realizado en 1996 por la agencia Reuters entre 1313 ejecutivos americanos, ingleses, hongkoneses y australianos, el 33% reconoció haber sufrido problemas de salud —depresiones, jaquecas, recaídas— por culpa de la sobrecarga informativa a la que están sometidos por sus trabajos.

Un caso también muy frecuente cuando se trabaja con ordenadores es el de la «compresión del tiempo»: nos creemos capaces de realizar en dos horas tareas que, en realidad, exigen toda una jornada laboral. Y eso por no hablar de la impaciencia que transmiten los tiempos «cautivos», especialmente navegando a diario por Internet.

El aislamiento y la falta de contacto humano, sobre todo en los teletrabajadores, es otro desencadenante del tecnoestrés, acentuado aún más por el trato impersonal por correo electrónico y por la proliferación de centralitas y contestadores automáticos (por no hablar de la «llamada en espera», que genera una sensación de angustia e impotencia).

Pero además del factor psicológico en nuestra interacción con las máquinas, hay también un elemento insospechado que contribuye a generar trastornos como el insomnio, la fatiga crónica o las alteraciones del comportamiento. Nos referimos a la

contaminación electromagnética.

Los teléfonos móviles, sin ir más lejos, pueden provocar serias perturbaciones en las ondas cerebrales, según se ha demostrado en varios estudios científicos. Uno de ellos se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias Biológicas de Valencia…

A un grupo de ratones se les colocó cerca un celular que recibía un número de llamadas similar al de un usuario medio. Los ratones no escuchaban el timbre —se silenció a propósito para asegurarse de que no era el responsable de los efectos— pero sí la voz enlatada de un supuesto interlocutor y, por supuesto, las radiaciones.

Al final del experimento, se comprobó que el ciclo circadiano de los ratones —el que regula la actividad y el descanso— estaba notablemente alterado. En períodos de reposo, se mostraron extraordinariamente activos, mientras que en estado de vigilia se comportaban como si no tuvieran energías.

«Evidentemente, una persona no es un ratón, pero hay que decir que el estrés se produjo de forma inmediata al recibir las llamadas —apunta Raúl de la Rosa, uno de los autores del estudio—. Los portátiles digitales emiten la radiación directamente al aire sin ninguna clase de blindaje ni protección, y es obvio que lo más cercano al teléfono es la cabeza del usuario».

TRABAJAR POR VICIO

Los primeros síntomas de la nueva adicción se detectaron a primeros de los ochenta. Hasta entonces, la dedicación excesiva al trabajo se consideraba más una virtud que un vicio.

Fue en pleno fragor de la era yuppie cuando los divanes de los psiquiatras americanos comenzaron a poblarse de ejecutivos hiperactivos, capaces de trabajar un mes entero sin una sola jornada de descanso. Irritables, impacientes, en permanente estado de alerta. Aquejados de insomnio, jaquecas, úlceras, alergias, picores, tics nerviosos.

El cuadro del *workahólico* o trabajador compulsivo admite ligeras variaciones. Por lo general, se trata de personas obsesivas que se vuelcan en el trabajo para llenar un vacío vital. Como se sienten de alguna manera incompletos, alimentan su autoestima con una tarea que les ayuda a sentirse importantes.

El *workahólico* busca el reconocimiento a toda costa y sobrevalora sus propias habilidades. Necesita tenerlo todo bajo control. Suele ser perfeccionista; no sabe delegar. Tiene enormes dificultades para las distancias cortas y sacrifica a menudo su vida personal. Los días libres le parecen una imperdonable ligereza; la sola idea de unas vacaciones le produce pavor. Es incapaz de relajarse y divertirse. Siempre, aun cuando esté hablando de otra cosa, tiene la mente puesta en el trabajo. Rara vez escucha o reflexiona; más que el aire, necesita la acción.

Este perfil, tan americano, estamos hartos de verlo en las películas (*Wall Street, Pretty Woman, Working girl*). Pero seguro que no tenemos que mirar muy lejos en nuestro propio lugar de trabajo para encontrarnos con alguien parecido…

El jefe *workahólico* es capaz de amargar la vida a todos los que le rodean. Exige dedicación plena, no tolera un error. Impone su criterio sin contemplaciones y disfruta humillando a sus

subordinados. Tiene frecuentes cambios de humor; nunca se sabe qué esperar de él.

Bajo semejante influencia, la oficina se acaba «contagiando» hasta hacerse prácticamente irrespirable para una persona equilibrada. La misma sensación de impotencia que nos invade ante cualquier otro tipo de adicción ajena nos acaba embargando en el lugar donde más horas quemamos a diario.

Los ejecutivos *workahólicos* tuvieron su edad de oro en la década de los ochenta, cuando se pensaba ingenuamente que la devoción al trabajo era pura productividad. Fue en esa misma época cuando supimos que el *karoshi* (muerte por exceso de trabajo) se cobraba en Japón al menos diez mil víctimas al año.

Las cosas han comenzado a cambiar en los noventa: ahora se buscan trabajadores más equilibrados, y son las propias empresas las que incitan a los trabajadores a que se tomen su merecido descanso.

«Trabajar inteligentemente es mejor que trabajar más horas», es el lema que preside las oficinas centrales de United Technologies en Nueva York. Algunas compañías americanas ofrecen incluso la posibilidad de recuperarse de la adicción siguiendo un tratamiento psicológico o una terapia de grupo. En las principales ciudades americanas funcionan redes de Workahólicos Anónimos, y hasta Internet ofrece lugares virtuales como el *serenity network* para ayudar a liberarse de la adicción.

En España, la sensibilización sobre el tema es relativamente nueva. El adicto al trabajo, como el adicto a las compras, sigue gozando de momento de todos los parabienes sociales. El primero en negar la adicción suele ser, además, el propio interesado, que tal vez se reconozca en la batería de preguntas ideada por Bryan Robinson, autor de *Work Addiction (Adicción al trabajo)*:

¿Tiene usted la sensación de estar en pelea permanente contra el reloj? ¿Se sorprende a menudo haciendo dos o tres tareas a la vez? ¿Suele comer en la mesa de trabajo? ¿Suele ser el primero en llegar o el último en salir de la oficina? ¿Se desvela por las noches pensando en el trabajo? ¿Asume más tareas de las que es capaz de hacer? ¿Se pone muy nervioso cuando una situación laboral escapa a su control?

Si las respuestas son sucesivos «síes», Robinson sugiere pasar a la

acción y dibujar una «rueda de la vida», dividida en cuatro porciones: Trabajo Saludable, Juego, Familia y Yo Mismo.

Bajo el epígrafe de Trabajo Saludable, propósitos de enmienda como éstos: reconozco mi problema y necesito ayuda externa; tengo otros intereses además de mi trabajo; me gusta tanto trabajar como dejar la oficina con la sensación del deber cumplido; sólo trabajaré fuera de mi horario en ocasiones especiales; aprenderé a decir «no»; nunca me llevaré trabajo a casa; pasaré por lo menos la misma cantidad de tiempo relajándome y relacionándome que trabajando.

Reestablecida la relación normal con el trabajo, el *workahólico* deberá pasar por un proceso lúdico de «reinserción social»: hacer nuevos amigos, preferiblemente fuera del trabajo; involucrarse activamente en la vida de su barrio o comunidad; participar en deportes de grupo; quedar para ir al cine, al teatro, a una exposición o a un concierto.

La familia es el tercer pedazo de la tarta. Como cualquier otro adicto, el *workahólico* deberá apoyarse en los suyos y recuperar la comunicación perdida, disfrutar de las viejas tradiciones, buscar afanosamente el equilibrio y la armonía en su entorno inmediato. Por último, él mismo: practicar ejercicio regularmente, descansar lo suficiente, aficionarse a un *hobby*, desacelerar el ritmo de vida, disfrutar del ahora.

El trabajador compulsivo estará curado en el momento en que descubra que el mundo sigue girando aunque su mesa y su silla estén felizmente vacías.

HAZ LO QUE TE GUSTE…

Mientras los niños estudiaban cosas de provecho, Daniel se escapaba a la playa y construía castillos de arena en Almería. Cuando los «niños», ya mayores, se metían a estudiar Medicina o Derecho en la gran ciudad, Daniel se las ingeniaba para ganarse la vida y, encima, disfrutar con lo que hacía. A los treinta años, esa peligrosa edad en la que todo se sacrifica por el trabajo, Daniel Escribano estaba de vuelta: «Sacaba "limpios" un millón y medio de pesetas todos los meses. ¿Para qué más?». Comprada ya una casa «estupenda», con todas las comodidades a su alcance, decidió echar el cierre a su tienda de moda urbana y vivir exclusivamente del alquiler del local.

Ganaba mucho menos dinero, cierto. No se podía permitir grandes excesos, cierto. Pero lo que conseguía a cambio no tenía precio: la libertad de poder hacer lo que siempre quiso (que en su caso fue dedicarse por entero «a un tipo de arte deliberadamente invendible»).

Para Daniel Escribano, el trabajo —remunerado o no— tiene un valor muy distinto del que habitualmente le damos. Ni entonces, cuando se volcó en su negocio, ni ahora, que se encierra largas horas en su estudio, ha sentido el peso diario de la jornada laboral, la opresión de tener que ajustarse a unas reglas y a unos horarios, el deber de cumplir con los demás antes que con uno mismo.

«Hubo un momento en que sí empecé a notar que se me venía encima todo eso: fue cuando la tienda dejó de divertirme y se convirtió en un negocio como otro cualquiera —confiesa—. La cosa iba sobre ruedas, y de haber seguido, seguro que ahora iría por la cuarta o la quinta tienda, ganando a lo mejor millones al mes. Pero decidí dar ese paso y nunca me he arrepentido, aunque hubo mucha gente que no acabó de entender por qué lo hacía.

»Me gusta vivir bien, como a todo el mundo, pero una cosa la

tuve muy clara desde cierto momento: por el afán de ganar más no me voy a complicar la vida...». Daniel Escribano tiene cuarenta y un años y lleva ya más de diez entregado por completo a su vocación «gratuita», que no le da dinero, pero sí satisfacción y reconocimiento: «Nunca he tenido la tentación de volver a un ajetreo como el de antes. Ahora trabajo también todos los días, pero dispongo de tiempo para reflexionar, y eso es todo un privilegio si me comparo con la gente de mi edad. La felicidad se parece mucho más a como estoy ahora; no me cabe la menor duda».

Intuición, riesgo y suerte son los tres ingredientes que le han permitido a Daniel fabricarse su propio estilo de vida. Curiosamente, esos tres factores suelen ser los últimos que la mayoría de la gente tiene en cuenta a la hora de elegir su trabajo. Lo que prima, normalmente, es la racionalidad, la seguridad y la resignación.

Las presiones sociales y familiares nos sitúan a menudo en un camino que no sentimos como nuestro, pero que acabamos aceptando sin remedio. Hay que elegir una carrera con salida si no queremos acabar engrosando el pelotón de los parados. «De algo hay que vivir», intentamos autoconvencernos. El trabajo lo vemos como un castigo divino (o como una tara que hay que sobrellevar con dignidad de lunes a viernes).

Si lo que elegimos nos gusta, que también se da el caso, al llegar al mercado laboral nos estrellamos con situaciones que escapan a nuestro control y que terminan degenerando en una suerte de yugo. Hasta el trabajo más creativo deviene así en pesada rutina. Entonces nos vence el miedo: podríamos estar peor, mejor no quejarnos.

«Haz lo que te guste; el dinero irá detrás»... La frase le vino a la cabeza como una iluminación a Marsha Sinetar, psicóloga californiana, mientras conducía por un bulevar de Los Ángeles. Al día siguiente se puso manos a la obra: decidió despedirse de su trabajo en una escuela pública, hacer las maletas, vender su casa y marcharse al campo.

Todo esto lo cuenta en un libro, *Do what you love, the money will follow (Haz lo que te guste...)*, que la consagró como autora de éxito y le permitió vivir de lo que siempre quiso: escribir, escribir, escribir.

Sinetar nos anima a combatir ese enemigo invisible que ella

llama «la resistencia»: «La gente, por lo general, rehúye los retos y prefiere instalarse en el conformismo y la seguridad. El cambio infunde miedo. El riesgo, en lo personal y en lo profesional, es mínimo… La resistencia es ese mecanismo interior que nos urge a replegarnos ante las dificultades y las exigencias de la vida».

El virus, dice Sinetar, lo contraemos de pequeños: pasarán décadas antes de que hagamos nuestra primera «elección laboral consciente». Hasta ese momento, no nos daremos cuenta de las energías malgastadas y del error de planteamiento. El trabajo no tiene por qué ser un mero medio de subsistencia; puede y debe convertirse en una prolongación de nosotros mismos, en un medio de enriquecimiento personal.

A quienes quieran seguir su ejemplo, Sinetar les recomienda «dejarse llevar». Es aconsejable un «salto con red» (un cierto colchón económico o una excedencia laboral), pero lo más importante es el olfato intuitivo y un cierto sentido del riesgo.

Después vendrá el necesario «período de espera», tan largo a veces que muchos no lo podrán soportar. La fe en las posibilidades propias —lo que Sinetar llama «riqueza interior»— es el tercer y definitivo elemento para acabar atrayendo el dinero.

Una vocación «frustrada», una afición que cada vez nos ha ido enganchando más o incluso una actividad como voluntario en una ONG pueden acabar siendo ese trabajo que de verdad nos llena y por el que tanto suspirábamos.

TODO POR LA PASTA

EL DINERO O LA VIDA

Joe Domínguez se subió al tren de alta velocidad en el Harlem hispano y no se bajó hasta llegar a Wall Street, convertido en flamante asesor de inversión en Bolsa: ejemplo modélico de *self-made man,* triunfador nato, perfecta encarnación del sueño americano...

«Y te voy a decir una cosa: miraba alrededor, me fijaba en la cara de esos "gringos", que sólo pensaban en amasar dólares, y me decía para mis adentros: "Pues si resulta que éramos más felices en el barrio, con todas nuestras miserias."»

A la chita callando, Joe fue rumiando una secreta ambición: renunciar a todas sus ambiciones.

Siguió trabajando como el que más, unas doce horas diarias, pero se fijó una meta temprana para dejarlo todo: treinta y un años. A esa edad, calculaba, habría ganado lo suficiente como para vivir de las rentas y decir adiós a la vorágine capitalista.

Pero Joe no se cruzó de brazos cuando consiguió la «jubilación» anticipada. Sin las ataduras de un trabajo agotador, las espaldas cubiertas con su dinero invertido, pudo dedicarse al sacerdocio de la independencia financiera y enseñar a los demás a liberarse de las cadenas. Vicki Robin, leal compañera, renunció a su carrera de actriz para acompañarle en el viaje. Juntos escribieron un libro, *La bolsa o la vida,* que después de causar sensación en Norteamérica extendió su radio de acción por medio mundo.

A Joe tuve la ocasión de conocerlo en 1995, antes de que muriera. Entonces vivía con Vicki en un chalet espacioso —aunque modesto— en las afueras de Seattle. Coche de segunda mano, televisión prestada, muebles sencillos... Los dos presumían de salir adelante, sin lujos ni privaciones, por ochocientas cincuenta mil pesetas al año. El libro y los cursillos de independencia financiera les daban más dinero, pero ellos preferían invertir el sobrante en la

New Road Map Foundation, una asociación de voluntarios consagrada al proselitismo de la vida simple.

«Cuando comenzamos en los años ochenta, eran pocos los que nos comprendían —decía Joe—. Ahora que se ha pasado la cosa yuppie, la gente está cayendo por fin en la cuenta: la calidad de vida no consiste en tener más dinero del que puedas gastar, sino en ser dueño de tu energía vital y de tu propio tiempo».

Joe y Vicki nos proponen romper la idea prefabricada de «necesitamos dos sueldos para llegar a fin de mes» y nos animan a conquistar lo antes posible la «independencia financiera»: la disponibilidad de ingresos suficientes de una fuente que no sea el empleo remunerado.

¿Cómo? Ahorrando e invirtiendo inteligentemente desde el primer sueldo. Reduciendo las necesidades y moderando el consumo. Haciendo un balance estricto de ingresos y gastos y aplicando a nuestras finanzas personales el rigor de una empresa.

La clave está en reservar todos los meses una tercera o una cuarta parte de nuestros ingresos (según nuestras posibilidades) y no dejar que ese dinero se pudra en una cuenta corriente. Hay que ponerlo a trabajar por nosotros, de modo que al cabo de diez, quince o a lo sumo veinte años, tengamos un sueldo «extra» procedente de los intereses y no dependamos exclusivamente de la nómina a fin de mes.

Ése fue el camino que trazó Joe y el que después han seguido miles de americanos. Con una inversión segura (por ejemplo, bonos del Estado) y siendo implacables con el control del gasto, la autonomía financiera a medio plazo está a disposición de cualquiera, sostienen los autores.

«En lugar de ganarnos la vida, nos matamos trabajando —escriben Joe Domínguez y Vicki Robin, que dibujan de esta manera el círculo vicioso en que nos vemos envueltos—. Gastamos más de lo que ganamos para comprar más de lo que precisamos, con lo cual volvemos a la cuestión de tener que trabajar más para conseguir más dinero».

El dinero, nos recuerdan, es algo más que seguridad, poder y aceptación social… «El dinero es algo a cambio de lo cual decidimos entregar nuestra energía vital. Nuestra energía vital es el tiempo que nos toca vivir aquí en la Tierra, las preciosas horas de vida que

tenemos a nuestra disposición». Dicho lo cual, los autores se formulan por nosotros la siguiente pregunta: «¿He recibido satisfacciones, recompensas y valores proporcionales a la energía vital que he gastado?».

Si la respuesta es «no», Joe Domínguez y Vicki Robin nos sugieren una serie de nueve pasos para cambiar nuestra relación con el dinero. El viaje monetario comienza volviendo la vista atrás (calcule cuánto dinero ha ganado en su vida y contrástelo con su patrimonio neto), se detiene en el «punto de equilibrio» (el momento en que nuestras inversiones se convierten en el «segundo» sueldo) y se prolonga con un «plan financiero» para mantener a toda costa la «independencia».

La bolsa o la vida no nos vende una idea utópica, sino una solución real y práctica que tiene también su parte de esfuerzo y renuncia. En vez de caer en la tentación permanente del despilfarro, conviene aprender a guiarse con austeridad y sentido común. Del «tanto tengo, tanto gasto», hay que pasar a un principio implacable y, hasta cierto punto, doloroso: «Usted es una empresa».

Los sacrificios compensarán cuando comprendamos, sobre la marcha, en qué consiste la nueva estrategia: no nos estamos privando de nada; estamos invirtiendo en nosotros mismos.

MÁS POR MENOS

Medrar es de humanos. Todos aspiramos a más por naturaleza. Lo malo es que a menudo nos cegamos en ese empeño; nos volcamos únicamente en la acepción material del progreso y olvidamos todo lo que no sea el cultivo de las apariencias.

El único límite es el que queramos poner nosotros, pero una vez iniciada la carrera es muy difícil frenar la marcha. Subido un escalón, alcanzado un estatus, hay que seguir trepando. Todos los lujos nos parecerán pocos.

Llegará un momento en que por el afán de acumular más y más, nuestras vidas irán a menos. Lo que ganamos por un lado, lo perdemos por muchos otros. Acabaremos «poseídos» por nuestras posesiones: serán «ellas» las que dicten nuestro destino y consigan robarnos la libertad de decidir por nosotros mismos.

La idea de tener más por menos no entra dentro de nuestros esquemas. El mundo en el que nos movemos nos ha hecho creer que, una vez encaramados a la montaña rusa, no existe punto posible de retorno. Jamás nos detendremos a escuchar la voz interior cuando nos advierta: «Has llegado a lo más alto; si pasas de aquí, comienza el descenso».

Joe Domínguez y Vicki Robin, los autores de *La bolsa o la vida*, hablan de la inevitable relación entre la experiencia de satisfacción y el dinero que gastamos. Cubiertas las necesidades básicas, la «curva de la satisfacción» sigue ascendiendo hasta alcanzar ciertas comodidades. A partir de ahí, el exceso de consumo invierte el sentido de la curva: más gastos equivalen a la necesidad imperiosa de más trabajo, más preocupaciones, más agobios de tiempo. La satisfacción es cada vez menor y entramos en una progresión «funesta» que puede arrastramos de cabeza a la infelicidad.

Domínguez y Robin no nos invitan a quedarnos en lo más alto de la curva, a instalarnos en lo «suficiente»: «un lugar valiente,

seguro, honesto y reflexivo donde se aprecia y se disfruta plenamente lo que aporta el dinero a nuestra vida, sin adquirir jamás nada que no sea necesario o deseado».

«Suficiencia» no es ni mucho menos resignación o conformismo. Teniendo lo suficiente para vivir relativamente bien —«suficientes comodidades y hasta suficientes pequeños lujos»— podemos dedicarnos a enriquecer otros aspectos casi siempre sacrificados por nuestra devoción al dinero.

«El crecimiento económico y el crecimiento personal son enemigos declarados», sostiene Paul Wachtel en otro libro imprescindible: *The Poverty of affluence (La pobreza de la abundancia)*.

«El énfasis que nuestra sociedad ha puesto en el aumento del consumo y de la productividad se ha hecho a costa del empobrecimiento de nuestra salud y nuestro bienestar».

Wachtel critica el individualismo cerril y el vacío absoluto que se esconde tras el *american way of life*: «La clase media se siente perdida por el enorme peso que la dimensión económica ha cobrado en sus vidas. El sistema está tan viciado que la gente ha perdido el norte y no sabe lo que realmente quiere o necesita».

«¿Tener o ser?». Es el eterno dilema, tan profusamente analizado por Erich Fromm hace más de veinte años, en los albores de la sociedad de consumo: «Si yo soy lo que tengo, y si lo que tengo se pierde, entonces ¿quién soy? Nadie, sino un testimonio frustrante, contradictorio, patético, de una falsa manera de vivir».

«BORRACHOS» DE DINERO

Cuando nuestro estado de ánimo oscila en función del saldo del banco, como las subidas y las caídas de la Bolsa. Cuando todas nuestras decisiones, aun las más personales, pasan necesariamente por el filtro monetario. Cuando la única manera de curar la desazón es comprando y comprando. Cuando empezamos a endeudarnos y acabamos perdiendo el control de lo mucho que debemos... Estamos, sin lugar a dudas, bajo los efectos «etílicos» del dinero.

El dinero engancha como la peor de las drogas; de su poder destructivo dan fe millones de ludópatas y de adictos a las compras. Mark Brian y Julia Cameron pasaron por el trago y ahora nos previenen en *The Money Drunk (Borrachos de dinero)*, un repaso a las insospechadas dimensiones del problema, con un programa de noventa días para superar la «resaca».

El «ebrio» de dinero acude a «beber» casi a diario al cajero automático. Unas veces le da miedo y prefiere no consultar el saldo (lo mismo hará cuando reciba las cartas del banco). Otras, decide pulsar la tecla mágica: si le queda menos de lo que esperaba, se hunde en la depresión; si resulta que hay más de lo que calculó, se hace instantáneamente un regalo, probablemente por la primera tienda que pase.

Luego, tal vez, se arrepiente por lo inútil de la compra. Al día siguiente, intenta que le devuelvan el dinero o que se lo cambien por otra cosa. O a lo peor prefiere esconderlo en el fondo del armario: ojos que no ven, billetera que no siente.

Hablar de dinero suele ser su conversación favorita. Probablemente mentirá sobre lo que gana y presumirá de lo que gasta (un reloj de oro, un modelo a la última, un coche imponente). Se pondrá agresivo al mínimo comentario sobre sus hábitos derrochadores y se sorprenderá a sí mismo discutiendo a menudo por culpa del dinero. Perderá amigos y sembrará la cizaña en su

familia.

Vivirá en el límite o por encima de sus posibilidades. Coleccionará tarjetas de crédito y abusará de ellas: cargará la cuenta más de lo debido, aplazará los pagos, le cobrarán intereses, acabará debiendo mucho más de lo que tiene.

«Como cualquier otro adicto, el ebrio de dinero es incapaz de reconocer su problema —escriben Bryan y Cameron—. Los más escépticos cuestionarán incluso su poder adictivo y llegarán, como mucho, a admitir que están pasando apuros económicos».

El adicto al dinero no es consciente de su «borrachera». Habrá que esperar muchas veces a una situación límite, una crisis laboral o personal, para hacerle abrir los ojos y obligarle a aceptar que su relación con el dinero no es normal, que entre la quiebra económica y la bancarrota personal no hay más que un paso.

Bryan y Cameron proponen un programa draconiano de recuperación en doce semanas, comenzando por un balance diario de gastos desglosados (alimentación / hogar / entretenimiento), pasando por un período de «abstinencia» (prohibido endeudarse o hacer compras superiores a las diez mil pesetas) y desembocando en un «plan de ajuste» para equilibrar nuestros presupuestos, con el rigor de un ministro de Hacienda.

El objetivo final es alcanzar la solvencia: el equilibrio económico como llave para la estabilidad emocional.

«Ser solvente significa sentirse cómodo en el manejo del dinero —escriben los autores—. Con la solvencia recuperamos nuestra dignidad personal y la tranquilidad de espíritu: ni ansiosos ni despreocupados. La solvencia nos da la libertad para poder llenar nuestra vida de otras cosas que no sean dinero».

Bryan y Cameron hablan en su libro de una desviación, radicalmente opuesta, que también se da en nuestra sociedad, aunque menos: la adicción a la pobreza… «El rechazo sistemático del materialismo puede desembocar en una enfermiza autoprivación. Los adictos a la pobreza son como mártires de la austeridad: rechazan cualquier tipo de posesión, un trabajo bien pagado les resulta alienante y se instalan en una especie de limbo marginal. La falta de dinero les parece una virtud». Tampoco es eso…

DIEZ SUGERENCIAS… PARA MEJORAR NUESTRA RELACIÓN CON EL DINERO

- Salde todas sus deudas, comenzando con las más elevadas. Si está pagando una hipoteca, cancélela cuanto antes de acuerdo con sus posibilidades.
- No vuelva a endeudarse, sobre todo con las tarjetas de crédito (le pueden cobrar intereses superiores al 20%).
- Cancele todas las tarjetas de crédito menos una, y modere su uso lo más posible (utilícela por conveniencia sólo cuando esté de viaje o en casos de emergencia). Se ahorrará cuotas anuales e intereses indeseados. Tendrá un mayor control sobre sus finanzas.
- Pague siempre al contado; gastará, como media, un 23 % menos que si lo hiciera con tarjeta de crédito. Evitará el efecto ilusorio del «pago diferido». Le costará más desprenderse del dinero.
- Durante tres meses, haga un balance de gastos e ingresos. Descubra si está viviendo por encima de sus posibilidades. Haga los ajustes necesarios.
- Desglose los gastos por capítulos (hogar, alimentación, coche, ocio, viajes, ropa, imprevistos). Averigüe por dónde se le escapa el dinero.
- Recorte los gastos. Trácese un plan de austeridad a corto plazo. Calcule lo que ahorraría si dejara de fumar (a paquete diario, unas diez mil pesetas al mes), si comiera menos veces fuera de casa, si restringiera el consumo de carne, si compartiera el coche o si usara el transporte público. Haga un uso selectivo del teléfono. Modere el consumo de agua, gas y luz.
- Evite comprar por comprar. Propóngase adquirir lo que de verdad necesita. Cuando tenga que hacer un desembolso importante,

impóngase un plazo de veinticuatro horas para pensárselo.

- Aspire a ganar más hasta cierto punto. A las puertas de un nuevo ascenso o de un trabajo mejor remunerado, valore si lo que gana (materialmente) es más de lo que pierde (menos tiempo, menos dedicación a la familia, sacrificio de las relaciones personales). Llegue a lo más alto de su «curva de satisfacción» y disfrute de la doble estabilidad, emocional y económica.
- Sea indulgente de vez en cuando. Renunciar a ciertos lujos no equivale a vivir con privaciones. Viva siempre con algo más que lo estrictamente necesario. No lleve la práctica de la austeridad como un sacerdocio.

HASTA EL CUELLO

«Compre con nuestra tarjeta y acumulará puntos para ganar... ¡Un viaje a Cancún!». Los bancos, que antes nos incitaban al ahorro, se han convertido en cómplices de la trama consumista y ahora nos empujan a endeudarnos hasta el cuello. Sus razones tienen.

En 1996, las entidades financieras ingresaron en España 155 000 millones de pesetas por cuenta de las tarjetas. Las comisiones por el uso de la banda magnética se han convertido en un filón de oro para los bancos y las cajas de ahorro, que pasan factura doble a los consumidores y a los comerciantes.

Acceder a nuestro propio dinero tiene pues un precio, cada vez más caro. Y controlar lo que gastamos será poco menos que imposible si seguimos ampliando nuestro abanico tarjetero.

El dinero de plástico se ha extendido en nuestro país con la rapidez del rayo: en 1997 tocábamos a una tarjeta por español y movíamos diez billones de pesetas sin mancharnos las manos (la tercera parte de los presupuestos generales del Estado).

Comprar con tarjeta es más cómodo, sí, pero también más costoso, y la mayor parte de la gente ignora la cuantía de su cuota anual y los intereses que pueden llegar a cobrar los bancos —hasta el 26%— o los hipermercados —el 28% anual— por aplazar los pagos.

La banda magnética, además, «duele» menos y nos crea la ilusión del pago diferido o la deuda aplazada, de modo que terminaremos gastando siempre más que si lo hiciéramos al contado (un 23% de media, según la revista *People's Almanac)*.

Y eso por no hablar de su poder simbólico, ese efluvio mágico de éxito, orgullo y reconocimiento social que desprenden: inmejorables tarjetas de presentación, socios que somos de un club imaginario donde todo son placeres y privilegios... Hasta que nos llega el recibo mensual del banco.

En Estados Unidos, un millón y medio de personas se declararon insolventes en 1997, el triple que diez años antes. Uno de los factores que más contribuyó al endeudamiento personal fue precisamente el uso extendido del dinero de plástico, que invita a la gente a vivir por encima de sus posibilidades. Bajo la máscara de la libre disponibilidad y de la conveniencia se oculta la intención —inconfesable— de aumentar la deuda de los consumidores para luego cobrarles las comisiones y los intereses.

La ofensiva de los bancos americanos y de las entidades crediticias comienza en la universidad, con agresivas promociones para «enganchar» a los más jóvenes (está demostrado que la fidelidad a la primera tarjeta de crédito dura en la mayoría de los casos toda la vida). El 65% de los universitarios menores de veinte años tiene tarjeta de crédito; cientos de ellos se endeudan inconscientemente a las primeras de cambio y se pasan trabajando durante toda la carrera para poder pagar a sus acreedores.

En 1996 estalló la alerta roja en los colegios universitarios al conocerse el caso de Rebecca Hodgkins, una estudiante de veintidós años que al cabo de cinco —y trabajando en dos sitios al tiempo que estudiaba— seguía pagando las deudas acumuladas durante el ingenuo primer año de carrera. Fue diciendo «sí» a todas las ofertas y llegó a tener en la billetera doce tarjetas.

Según datos del grupo Bankcard Holders of America, el ciudadano medio acumula en Estados Unidos de ocho a diez tipos de tarjeta, de crédito o de débito, para sacar dinero o para pagar en el supermercado, para comprar gasolina o para jugar en el casino (¡no va más!).

El abuso del dinero de plástico es uno de los problemas más comunes en las reuniones de Deudores Anónimos, el grupo de ayuda donde se dan cita los adictos al dinero. Como medida preventiva —el consejo es universal— se recomienda cancelar todas las tarjetas menos una, preferiblemente de uso múltiple, y recurrir a ella sólo cuando no quede más remedio (de viaje en el extranjero, para pagar hoteles o alquilar coches).

Puestos a elegir, mejor una tarjeta de débito —que carga directamente a la cuenta— que una de crédito con el pago aplazado. Al ir a sacar dinero, conviene hacerlo siempre en un cajero de la red (los «concertados» cobran comisiones, aunque no

nos avisen).

Últimamente se está extendiendo el uso de las «tarjetas monedero» o «inteligentes», con un chip de memoria recargable que almacena cantidades de dinero en efectivo. Con ellas se pueden hacer compras de pequeño importe para las que no compensa el uso de sus «hermanas» mayores. Pero el problema es el mismo: las comisiones bancarias.

Tad Crawford, autor de *The secret life of money (La vida secreta del dinero)*, nos previene contra la inminente invasión del dinero «invisible». La posibilidad de hacer transferencias electrónicas sin ni siquiera salir de casa nos sumergirá en un mar abstracto de gastos donde será aún más fácil naufragar.

En definitiva, si lo que queremos es controlar hasta la última peseta que sale de nuestro bolsillo y no caer en el círculo vicioso de la deuda y del despilfarro, lo mejor será volver a pagar siempre que podamos a la vieja usanza: al contado.

JAQUE AL DÓLAR

«Vengan y vean… Aquí, en Ithaca, emitimos nuestro propio dinero. En billetes contantes y sonantes: dos Horas, una Hora, media Hora, un cuarto de Hora y un octavo de Hora. Mucho más fiables, productivos y solidarios que los dólares».

Paul Glover exhibe ufano los radiantes billetes *made in Ithaca*, que parecen de juguete, como robados de un monopoli. El dinero «falso» circula como el aceite en los puestecillos del mercado local, ante la perplejidad del turista extranjero: lo nunca visto en la tierra del dólar.

«¿Que si son legales? Totalmente… No somos los únicos; en otras ciudades de Estados Unidos también se emiten billetes propios. Con la mejor de las garantías: el trabajo de gente real, como usted y como yo».

Glover alarga un billete naranja y el extraño le da la vuelta. *Time is money* se lee en el reverso. El tiempo es dinero, y una Hora vale lo que diez dólares, y las tiendas, los restaurantes, los cines y hasta el hospital aceptan la «divisa» local como forma corriente de pago.

Ithaca —treinta mil habitantes, trescientos kilómetros al norte de Nueva York— es la proa de un movimiento insurrecto que dispara al corazón del imperio. En plena era de la economía global y de la moneda única, decenas de ciudades americanas han decidido recorrer la senda inversa y poner en jaque al todopoderoso dólar.

En al menos treinta y ocho estados circulan ya los billetes alternativos: del Ka/u Hours de Hawai a los Barter Bucks de Kansas, de los Valley Dollars de Massachusetts al Mountain Money de Carolina del Norte. Ciudades tan prominentes como Detroit, Indianápolis o San Antonio cuentan también con dinero autóctono.

La ley americana es bastante flexible en este terreno. Tan sólo establece unos pequeños requisitos para el dinero local: no se

pueden acuñar monedas metálicas, los billetes han de ser menores en tamaño y hay que tributar por su valor traducido en dólares.

Al Gobierno Federal le ha pillado por sorpresa esta explosión pecuniaria de los años noventa. De momento se contempla el fenómeno a distancia y sin excesiva preocupación, aunque las autoridades monetarias prefieren no pensar en el caos que se avecina sin cunde el ejemplo.

Las Horas de Ithaca son, en el fondo, una severa advertencia al sistema... «En nombre de la economía global, están destruyendo las economías locales», se lamenta Paul Glover, inventor e interventor de los billetes alternativos. «Los dólares se han convertido en un instrumento alienante, al servicio de unas fuerzas destructivas que escapan totalmente a nuestro control».

Cualquiera diría que Glover —furibundo ecologista, enemigo acérrimo del comercialismo— ha descubierto el huevo de Colón. O mejor, el becerro de oro.

Editor de la revista *Hour Money*, Glover ejerce al mismo tiempo de banquero y cajero del hipotético banco central de Ithaca. La maquinaria que pone en marcha el dinero local, controlada férreamente por un consejo supervisor de nueve miembros, funciona tal que así: el propietario de un negocio se compromete a aceptar los billetes alternativos; envía un cupón a *Hour Money* y a cambio recibe dos Horas; su oferta de mercancías y servicios sirven desde ese momento como garantía del dinero emitido; al cabo de ocho meses, tiene el derecho a reclamar una Hora «extra».

A finales de 1997, circulaba en Ithaca el equivalente a sesenta mil dólares en Horas. Con dinero local se podía comprar en trescientos cincuenta negocios o contratar los servicios de más de mil profesionales: todos ellos se anuncian bimensualmente en *Hour Money*, auténtico motor de la economía autóctona, tan socorrido o más que las páginas amarillas.

Con Horas de Ithaca es posible hacer la compra diaria, pagar el alquiler de la casa, cenar en los mejores restaurantes, abonar la factura del dentista, hacerse un tatuaje, echarse el tarot, darse un masaje, tomar lecciones de japonés, adquirir una colección de fósiles... En apenas seis años, las Horas habían generado transacciones por más de doscientos millones de pesetas.

«Por supuesto, con las Horas no se puede comprar en las grandes

cadenas de hipermercados —explica Paul Glover—. Ésa es nuestra mejor arma: garantizamos que ese dinero nunca saldrá de nuestra comunidad, que siempre se aprovechará para alimentar los negocios locales. Aquí, en Ithaca, ha tenido que cerrar un McDonald's por falta de clientela, y eso es algo de lo que en cierta medida nos enorgullecemos».

Espoleando el movimiento a escala nacional, la Schumacher Society, que difunde las ideas del autor de *Lo pequeño es hermoso*, el clásico de los años setenta que ya predicaba una suerte de «budismo económico» como defensa de las pequeñas comunidades ante el monstruo de la globalización.

La divisa universal y omnipotente, idolatrada en el último rincón del planeta, está empezando a ser profanada en su propia tierra. Lo dice una camiseta antidólar, con grandes letras estampadas bajo la sacrosanta efigie de George Washington: «¡CUIDADO! El uso de este producto puede causar apatía, pereza, egoísmo, ignorancia, pérdida de identidad, avaricia, glotonería, destrucción ecológica, pobreza, asesinatos, guerra».

VUELVE EL TRUEQUE

Yo te doy clases de informática y tú me das lecciones de yoga. Tú me enseñas inglés y yo te cuido a los niños. Yo te ayudo a hacer la mudanza y tú me regalas un par de muebles que te sobran… Es el viejo cuento del trueque, que vuelve a hacer estragos en la era del dinero digital.

La historia lleva años funcionando en los países anglosajones y centroeuropeos; allí los llaman «sistemas de intercambio local» o LETS. En los barrios de las grandes ciudades y en los pueblos, la gente está volviendo a abrazar la tradición ancestral: es una forma muy provechosa de ahorrar y de alimentar los lazos cada vez más frágiles de la comunidad.

Desde principios de los noventa, la tendencia se está introduciendo en España, a través de las ferias de intercambio y de cooperativas de bienes y servicios. Abrió la brecha en Madrid el grupo El Trueque, apoyado en la siguiente declaración de principios: «En este mundo donde todo se compra y se vende, donde el valor supremo es el dinero, donde tantas cosas dependen de lo que tengas o no tengas, donde a mucha gente le cuesta llegar a fin de mes, donde cada día somos un poco más individualistas… queremos lanzar una nueva iniciativa».

El punto de partida es así de obvio: «Todos tenemos algún oficio, formación, conocimiento o talento que pueden ser de utilidad para otras personas. Entre algunas docenas de vecinos, seguro que encontramos representados casi todos los oficios. Lo que proponemos es organizar un plan de ayuda mutua para satisfacer nuestras necesidades con nuestros conocimientos, nuestras habilidades y nuestro tiempo».

Los «socios» de El Trueque rellenan una lista de Busco y Ofrezco. En el primer casillero, los servicios que se desearía contratar (por ejemplo, fontanería, electricidad, pintura, bricolaje, cuidar niños,

hacer la compra). En el segundo, los que uno estaría dispuesto a prestar (informática, redacción de escritos, enseñar idiomas, grabar vídeos, hacer fotos). Los datos se envían a un fichero informatizado, se «cruzan» con otros y sirven para confeccionar listas de servicios que periódicamente se renuevan.

No es necesario que el intercambio sea simultáneo. Para dar mayor flexibilidad al sistema, la cooperativa ha ideado una especie de dinero alternativo (el Vale Kas, equivalente a cien pesetas) canjeable sólo entre los «socios». El Trueque sugiere una tabla de tarifas máximas por los servicios, aunque los interesados son libres de pactar el precio definitivo en vales. En la central informática controlan periódicamente el «debe» y el «haber». Se tiene paciencia con los morosos.

Un sistema parecido es el que adoptó a finales de los ochenta el barrio de Kreuzberg, en Berlín, y que poco a poco se está extendiendo por Alemania. La solidaridad, la buena fe y el trabajo de cientos de personas sirven de garantía al *kreuzer* o crucero, la moneda alternativa al marco y al euro.

En el Reino Unido y en Australia funcionan ya más de ochocientos sistemas locales de intercambio o LETS, que han servido para revivir pequeñas comunidades al borde de la bancarrota. El ejemplo se ha extendido por Canadá y Estados Unidos.

El Time Dollar Institute de Washington lleva varios años experimentando con los así llamados Bancos de Tiempo, que no son sino bolsas de intercambio informatizadas, sin necesidad de billetes ni vales. Los servicios prestados o debidos son grabados en un directorio de Internet, que hace también las veces de páginas amarillas para uso exclusivo de los socios.

«De alguna manera, estamos experimentando con el ADN del dinero —se explica Edgar Cahn, uno de los impulsores de los Time Dollars—. A menudo olvidamos que el dinero es una creación humana: nosotros lo hemos inventado y nosotros podemos modificarlo. ¿Cómo? Evitando que se convierta en un instrumento manipulador y poniéndolo de nuevo al servicio de la comunidad. Que vuelva a tener la utilidad que tenía en un principio: ayudarnos los unos a los otros».

Con esa idea nació también en Nueva York *Womanshare*, un

grupo de intercambio integrado única y exclusivamente por mujeres. Comenzaron doce, en 1991, y seis años después eran ya un centenar, capaces de ofrecer doscientos servicios a la carta (clases de cocina, informática, bricolaje, coser, planchar, cuidar de ancianos, conducir…). Sus fundadoras, Jane Wilson y Diana McCourt, no han querido abrir el abanico a los hombres porque consideran, con razón, que «las mujeres son mucho más abiertas a la cooperación y están menos expuestas a los juegos de poder».

Cooperación, solidaridad, conveniencia, sentido de comunidad, contacto humano, ahorro… Todos estos factores se dan la mano en este regreso, nada premeditado, a la forma más básica y primitiva de economía local.

COMPRO, LUEGO EXISTO

CONSUMIÉNDONOS

Preparados, listos... ¡aquí están las Rebajas! Se abren las puertas y entra una jauría voraz y desbocada de mujeres que se lanzan sobre las prendas como leonas sobre sus presas. Codazos, pisotones, náuseas, interminables colas. Es domingo, pero no importa: los saldos apremian. Cuando acabe el día, habrán desfilado por los grandes almacenes dos millones de consumidores hambrientos. La «cuesta» de enero nos costará, más o menos, unos 180 000 millones de pesetas...

El año arranca bien si arrancan bien las Rebajas. Todos los demás indicadores —sociales, culturales, familiares, laborales— apenas cuentan enfrentados al del consumo nacional bruto. Si no gastamos más que el año pasado por estas fechas, nuestras vidas se derrumban, el país se tambalea.

Hace tiempo que perdimos la categoría de ciudadanos; nos han «rebajado» a la de meros consumidores. Lo que antes llamábamos sociedad, ahora lo llamamos mercado, y la quimera de la justicia social ha caído bajo el peso de la ley de la oferta y la demanda. Militamos todos en un monolítico partido cuya ideología se resume en un simple eslogan: «Compro, luego existo».

Comprar se ha convertido en nuestra razón primera y última. Comprando llenamos nuestros vacíos, aplacamos nuestras frustraciones, empaquetamos nuestras iras. Comprando nos encontramos más a gusto con nosotros mismos y más en sintonía con el envoltorio comercial que nos rodea. Comprando, en fin, nos divertimos como si volviéramos a ser críos.

Esta ideología no es nuestra; la hemos importado. Nos ha ido llegando poco a poco desde Estados Unidos, donde empezó a acuñarse en los años cincuenta, y la hemos incorporado a nuestra vida diaria sin apenas darnos cuenta: con ciertas reservas al principio, con total devoción en las dos últimas décadas.

Daniel Wagman, ciudadano americano, vino a España huyendo de todo esto. La suya era la típica familia americana con chalé en las afueras, coche a todas horas y pleitesía obligada al centro comercial. Cuando llegó a nuestro país, a finales de los setenta, se encontró con un modelo de sociedad radicalmente distinto: alegre y abierto, amigable y solidario, auténtico y poco maleado por las modas.

Al cabo de los años, Wagman ha sido testigo de una metamorfosis vertiginosa: nuestro estilo de vida se ha «americanizado» a marchas forzadas y en el peor de los sentidos. Salir de compras es ya el segundo deporte nacional (después del fútbol en televisión, claro). Las tiendas de barrio sucumben a manos de los todopoderosos hipermercados. La marea comercial nos está consumiendo.

Las distancias se acortan y Wagman no podía quedarse de brazos cruzados. Por eso decidió escribir un libro, a medias con la psicóloga Alicia Arrizabalaga, y alertarnos de los peligros que nos acechan, en lo personal y a gran escala. La suya es una invitación formal a *Vivir mejor con menos*… «Aunque resulta en cierto modo irónico, esta sociedad de consumo que persigue a toda costa el bienestar material no trae la felicidad; bien al contrario, está creando un mundo de soledad, tristeza y frustración».

Daniel Wagman trabajó durante años en una agencia de viajes, pero lo dejó en cuanto se dio cuenta de que «el turismo está convirtiendo el mundo en una especie de parque de atracciones para los ricos del planeta». Ahora se dedica a algo menos rentable pero más enriquecedor: consultor medioambiental. Y aunque no se considera ni mucho menos un «no consumidor» modélico (fuma, tiene teléfono móvil, no prescinde del televisor), al menos intenta salirse de los caminos trillados promoviendo cooperativas de intercambio, iniciativas de reciclaje o planes para la recuperación de los barrios.

«¿Es imprescindible el consumo para una economía sana?

—se pregunta Wagman…—. Éste es el mensaje que continuamente se nos hace llegar, mientras por todas partes afloran evidencias que demuestran, sin ningún género de dudas, que este sistema está agotando irremediablemente los recursos de la Tierra, produciendo cantidades ingentes de residuos y contaminación y

condenando a miles de millones de personas a la más absoluta de las miserias».

Wagman nos invita a sopesar las consecuencias de todo lo que compramos y a tratar de ajustamos a nuestras necesidades reales. Más que una fórmula mágica, lo que nos «vende» es una sabia reflexión sobre nuestros hábitos de consumo, para que no caigamos en los excesos de los americanos...

El 93% de las adolescentes considera «ir de compras» como su afición favorita. Antes de entrar en la universidad, un estudiante cualquiera habrá visto ya 360 000 anuncios televisivos. Un padre de familia dedica por término medio seis horas a la semana a comprar y sólo cuarenta minutos a jugar con sus hijos. Tres de cada cuatro consumidores confiesa ir a los centros comerciales a «comprar por comprar» o a entretenerse sin más.

El terreno en el que más han avanzado últimamente los americanos es el del entretenimiento. Las tiendas, los restaurantes y hasta los hoteles están adoptando el sospechoso aspecto de parques temáticos. La disneylandización del mundo parece inevitable: las mismas fuerzas que nos arrastran a consumir frenéticamente están empeñadas en programar hasta el último minuto de nuestro tiempo libre. O viceversa.

Lo denuncia Rick Crawford, acerado crítico social, en el libro *Invisible Crisis (Crisis invisibles)*: «Lo que hasta ahora considerábamos ocio se está convirtiendo en una suerte de encarcelamiento: una sentencia a cadena perpetua en el campo de trabajo del consumismo».

La lista de autores americanos en las filas del anticomercialismo se haría interminable. Uno de los más populares —de los poquísimos traducidos al español— es Alan Durning, autor de *¿Cuánto es bastante?* «La calidad de nuestras relaciones sociales y de nuestro tiempo libre, dos elementos determinantes de la felicidad, han caído en picado en los últimos años —escribe Durning—. La sociedad de consumo, eso parece, nos ha empobrecido aumentándonos el salario».

Durning arremete duramente contra los medios de comunicación y les acusa de haberse convertido en vehículos para «el cultivo de las necesidades»: «Los anuncios están en todas las partes, bombardeándonos por televisión o radio, insertados en las películas,

en los estadios, en los respaldos de los asientos de los aviones [...] Las fuerzas que manufacturan nuestros deseos son ya tan familiares que pasan virtualmente inadvertidas».

No hace falta viajar hasta Estados Unidos para corroborar todo lo que dice Durning. En nuestro país, durante los últimos años, hemos sido testigos y víctimas del mayor asalto publicitario jamás ideado para la promoción de un producto: el teléfono móvil.

Habría que ir quizás hasta Hong Kong para toparse con una fiebre similar, con una presencia tan invasiva de tiendas y puestos consagrados al «milagro» de la telefonía sin hilos. El celular se ha convertido en el último fetiche tecnológico, objeto de un culto más insidioso y postizo que el del coche: «Yo soy yo y mi teléfono móvil».

En Europa, con un crecimiento del mercado del 185% anual, no hay quien nos haga sombra. La televisión, los periódicos, la radio, las vallas publicitarias, los autobuses y los «chirimbolos» han firmado un pacto millonario para intentar seducirnos con anuncios que son más bien insultos a nuestra condición de sufridos ex ciudadanos:

«EXPRÉSATE. Si tú eres único, ¿no debería tu teléfono serlo también? El nuevo teléfono móvil E te ofrece varios paneles desmontables de distintos colores, para que siempre vaya a juego con tu humor de cada día [...] Sonarás a ti. Porque tú eres único».

COMPRADORES COMPULSIVOS

Suelen pulular por los centros comerciales y los grandes almacenes, aunque donde mejor se les reconoce es en las tiendas de «Todo a cien». Hay también hombres, pero la mayoría son mujeres, jóvenes y menos jóvenes, unidas por el impulso irrefrenable de engordar la cesta de la compra… Al pasar por caja comienzan los remordimientos. Una vez en casa, cuando se dan cuenta de lo inútil y superfluo de la cosecha del día, se hunden en un pozo de desilusión y autoculpabilidad. La única manera de salir del bache es saliendo otra vez de «caza». Vuelta a empezar.

Los compradores compulsivos son legión: todos conocemos alguno. El problema es que ni ellos son conscientes de su adicción ni el entorno ayuda. Más bien al contrario: la publicidad explota hasta la extenuación el estereotipo del consumidor insaciable y nos invita a seguir su «modélico» ejemplo.

En Estados Unidos se les llama *shopaholics*. alcohólicos de las tiendas. Allí fue fue donde primero se detectó el mal, catapultado en las dos últimas décadas con el «boom» de las tarjetas de crédito. Carolyn Wesson, autora de *Wowen who shop too much (Mujeres que compran demasiado)*, estima que unos cincuenta y nueve millones de americanas vuelcan en mayor o menor medida su ansiedad en la cesta de la compra.

Los *shopaholics* tienen mucho en común con los ludópatas (la caja registradora ejerce el mismo imán que las máquinas tragaperras). También son parientes cercanos de los bulímicos —devoradores de alimentos— y de los cleptómanos, ladrones por naturaleza. En Nueva York existe incluso una asociación de adictos a las compras. Deudores Anónimos, que utiliza las mismas técnicas de desintoxicación que los alcohólicos.

En España, quien mejor ha estudiado el tema es el psicólogo Jesús de la Gándara, autor de *Comprar por comprar*. A diferencia de

otras adicciones, señala De la Gándara, la compra compulsiva «no es sólo entendida y tolerada sino, incluso, aplaudida». Su libro incluye un cuestionario para delectar los síntomas: ¿Salir de compras le ayuda a olvidar disgustos? ¿Alguna vez ha tenido dificultades económicas o familiares por las compras? ¿Compra ropa u objetos innecesarios que luego no utiliza?

Nuestro país va por delante del resto de Europa en el tratamiento de los compradores compulsivos. La Unión de Consumidores de Aragón-UCE creó en 1997 un grupo de autoayuda y editó una pequeña guía de divulgación con consejos prácticos para corregir los malos hábitos: evitar a toda costa los saldos, llevar una calculadora para anotar todo lo que se ha gastado en el día, meter las tarjetas de crédito dentro de un sobre, para ser más conscientes de su uso…

A veces, cuando la adicción está íntimamente ligada al uso de las tarjetas de crédito, no queda otro recurso que cancelarlas y pagar siempre al contado. Ese consejo no vale, sin embargo, para las socorridas tiendas de «Todo a cien», consuelo de tantísimas amas de casa que compran baratijas inútiles como si fueran cartones de bingo.

Las «Todo a cien», que proliferan como esporas en los barrios de clase media-baja, consiguen mitigar el sentimiento de culpabilidad con la misma y engañosa estrategia de los saldos: al tiempo que se compra, se ahorra… A razón de quinientas pesetas diarias, serán quince mil a final de mes: todo un «lujo» para familias hipotecadas hasta el cuello.

En la clínica Capistrano de Palma de Mallorca, uno de los contadísimos centros que existen en España para el tratamiento de las adicciones, han elaborado incluso una patología específica de los adictos a las «Todo a cien». Salvando las distancias, se «enganchan» a ellas porque tienen las mismas ventajas que las drogas blandas: menos nocivas, más baratas.

Dejamos las tiendas baratijas y saltamos a la droga «dura»: supermercados, hipermercados y grandes almacenes, donde los productos están anunciados y dispuestos de una manera tal que hasta el más conspicuo ahorrador termina mordiendo el anzuelo.

Según otro estudio de la Unión de Consumidores, el comprador medio se acaba gastando del 20 % al 37 % más de lo que había

previsto antes de entrar en una gran superficie. Las ofertas (tres por el precio de dos) son por lo general trampas para obligarnos a consumir al por mayor. Las estanterías están salpicadas de «productos imán»: marcas muy conocidas de cuyo gancho se benefician todos los artículos que le rodean. Los carteles espectaculares, la iluminación más potente o los puestos de demostración nos arrastrarán como una marea hacia las «zonas calientes». Si encima se lleva al niño a la compra, las tentaciones infantiles —situadas a una altura liliputiense, amenizando la cola ante la caja registradora— acabarán poniendo el suma y sigue a la factura.

Al final entre lo que gastamos por mero impulso y el viaje en coche, acaba saliéndonos más barato —y mucho menos compulsivo— comprar en la tienda de la esquina. Mejor aún si llevamos una lista de lo que realmente necesitamos y la respetamos a rajatabla. O si nos fijamos un límite de dinero y procuramos no sobrepasarlo.

Claro que, entre la venta por catálogos, la teletienda y el invento de la telecompra, uno puede cultivar la adicción veinticuatro horas al día sin moverse siquiera del sofá.

Internet se está destapando como un insaciable filón comercial, sobre todo para cadenas como El Corte Inglés o Alcampo, pioneras en esto de los grandes almacenes virtuales. Los bancos y las compañías de tarjetas de crédito han superado la reticencia inicial de los consumidores y les han convencido de que la telecompra es un sistema tan seguro como práctico. Para el año 2000, se calcula, el volumen de ventas «electrónicas» superará los 32 000 millones de dólares en todo el mundo.

En Estados Unidos comienzan a proliferar ya los *cybermalls* como el de Santa Mónica, California: cincuenta ordenadores en cadena, con acceso directo a miles de tiendas en todo el mundo. Sus estanterías invisibles están repletas de quesos franceses, dulces japoneses y flores del trópico.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA MODERAR EL CONSUMO

- Nunca salga a comprar por comprar. Elimine el «salir de compras» de su lista de diversiones favoritas. Salga a comprar cuando verdaderamente lo necesite.
- Pague siempre que pueda al contado; le dolerá más. Fíjese un techo de gasto y renuncie a algún producto prescindible si es que llega a sobrepasarlo.
- Lleve una pequeña calculadora a mano para ir haciendo la cuenta sobre la marcha; así evitará sorpresas al pasar por caja.
- Guarde las tarjetas de crédito en un pequeño sobre dentro de la cartera. Será más consciente de su uso.
- Nunca vuelva a comprar en unos grandes almacenes, en un hipermercado, en un supermercado o en un centro comercial. Los gastos imprevistos superan al dinero que se ahorra.
- Huya de los saldos y de las rebajas. Nunca entre en las tiendas de «Todo a cien».
- Compre en tiendas cercanas. Ahorrará dinero en transporte, estará invirtiendo en su barrio y redescubrirá el trato humano. Practique la compra comparada.
- Descubra las tiendas de segunda mano. Practique el trueque o el uso compartido con sus amigos.
- Impóngase un día a la semana —o una semana al mes— de «bajo consumo». Gaste sólo lo estrictamente imprescindible.
- Santifique las fiestas: nunca compre en domingo.

EL PURGATORIO DE LAS COMPRAS

Vuelo chárter de Northwest Airlines con destino al Malí de América, el centro comercial más grande del mundo. Ida y vuelta en el mismo día. Objetivo: comprar, comprar y comprar. Cuarenta millones de visitantes al año. La tercera atracción turística de Estados Unidos.

Si el sueño de todo jugador que se precie es viajar a Las Vegas, el del buen comprador no es otro que llegarse a Minneapolis, donde le estará esperando el purgatorio de las compras: cuatrocientas tiendas orquestadas en torno a un parque de atracciones bajo techo, con un gigantesco Snoopy presidiendo las idas y venidas de mayores y pequeños atestados de bolsas.

El Malí de América es como cualquiera de los trescientos centros comerciales extendidos ya por la geografía española, sólo que en dimensiones inabarcables. Al cabo de una hora uno tiene la sensación de hallarse en un laberinto de escaparates.

Las galerías parecen pasillos de una cárcel imaginaria. Imposible encontrar la salida.

«Comprar en el Malí de América, la mayor experiencia del mundo», dice un reclamo. «Compra hasta caer rendido», otro. *Shopping, shopping, shopping,* se lee en las camisetas *souvenir* del gigantesco centro comercial.

Los martes, el día de los niños: comida «basura» gratis, atracciones a mitad de precio. Los miércoles, la jornada de los *golden stars*: descuentos especiales para la tercera edad. El domingo, evento-sorpresa: campeonato nacional de aeróbic, cuerpos danone haciendo las delicias del personal entre compra y compra.

La cultura tan americana del *malí* encuentra aquí su máxima y preocupante expresión. En los parques y las plazas de Minneapolis no se ve una alma; todos y todas están a cubierto, en el centro comercial, paseándose de tienda en tienda y dándose codazos en las

escaleras mecánicas.

Comprando se socializa, ése es el mensaje. El *malí* cubre la función de la plaza mayor y nos traslada a un hipotético mundo ideal: limpieza inmaculada, música de fondo, seguridad máxima.

Comprar es divertido, nos persuaden. Uno pretende adquirir unas zapatillas de deporte y se ve de pronto inmerso en una especie de Disneylandia, con atracciones en cada esquina, pantallas gigantes de televisión y espectáculos de luz y sonido.

Comprar es todo: los centros comerciales de hoy en día son ya miniciudades, con escuelas adosadas, guarderías, clínicas, veterinarios, restaurantes temáticos, decenas de cines, acuarios, pistas de hielo, parques de atracciones y hasta máquinas automáticas donde uno puede iniciar los trámites de divorcio.

Nuestro instinto consumista queda, sin duda, saciado en el Malí de América, pero nuestra conciencia de ciudadano nos dice que algo no funciona. Que estamos ante un simulacro pretencioso y fatuo. Un envoltorio tan aparente como vacío. Atestado de gente que sigue, con displicencia de hormigas, el viacrucis comercial tan hábilmente trazado por otros.

Todos los centros guardan sospechosas similitudes, de Minneápolis a la bahía de Cádiz. Horizon Group, Hines Interest y otros gigantes americanos se han empeñado en sembrar el mundo de monstruos de hormigón, llenos de tiendas muy aparentes, productos inútiles y vida muerta.

Los pequeños comercios, mientras, languidecen o cierran. Los centros históricos de las ciudades se despueblan. Los coches colapsan las carreteras de circunvalación.

El modelo de la América suburbana, un estrepitoso fracaso desde el punto de vista social, se impone en el resto del mundo por imperativos comerciales. En Estados Unidos ha surgido ya el primer movimiento de resistencia a los *malls*, el llamado Main Street Project, que clama por la recuperación de las viejas calles mayores (desoladas y tomadas al asalto por los mendigos en muchas ciudades).

En Inglaterra y Francia, ante el temor de la degradación urbana, los ambientalistas han logrado severas restricciones para la apertura de grandes superficies, que han de contar con la aprobación directa del gobierno. Italia está considerando una moratoria de tres años

para la construcción de nuevos centros, mientras que en nuestro país tan sólo Cataluña ha decidido imponer restricciones.

La última palabra la tenemos los ciudadanos, en nuestra calidad de consumidores. La próxima vez, antes de coger el coche camino del centro comercial, convendría meditar si merecen la pena los atascos a la ida y a la vuelta, el dinero que se nos va en compras innecesarias, el tiempo que perdemos buscando entre las estanterías y la cola interminable para pagar en caja. También hay que estar prevenidos contra las cadenas de supermercados, hermanas menores de las grandes superficies, que nos tientan con estrategias igual de engañosas y de paso arruinan al tendero de la esquina.

Los comercios tradicionales se reparten en España una porción cada vez más residual de la tarta (apenas el 11 %), incapaces de poder hacer frente a la invasión del «superdescuento». El mismo destino incierto tienen los mercados de abastos. Unos y otros simbolizan, de algún modo, la resistencia numantina contra las fuerzas hegemónicas que quieren imponer en todo el mundo el mismo modelo de consumidor clónico.

VERDADERO O FALSO

Los habitantes de Celebration tienen poco que celebrar, como no sea la venta de sus almas y de sus vidas a la Disney Development Company, la rama inmobiliaria de la multinacional del entretenimiento. Celebration es, por así decirlo, la primera ciudad «temática» del mundo: pastiche sobre pastiche, parodiando todos los estilos arquitectónicos de la historia. La viven y la disfrutan no precisamente los niños sino el pelotón de la tercera edad que baja a consumir sus dólares y sus días al clima cálido de Florida. El presidente de Disney, Michael Eisner, la define como «el prototipo de comunidad residencial del futuro».

La Universal, otra compañía empeñada en «entretenernos», nos invita a pasear en Orlando y en Los Ángeles por su calle temática, City Walk: un trozo de Londres, otro de París, otro de Nueva York.

El casino New York, New York —reproducción a escala de la ciudad de los rascacielos— se ha convertido en una de las principales atracciones de Las Vegas, la ciudad más falsa y fatua sobre la faz de la Tierra, con pirámides egipcias, bajeles piratas y volcanes artificiales haciendo erupción entre una jauría de ludópatas.

En Nueva York, por cierto, abrirá sus puertas el primer Planet Hollywood Hotel, marcando la pauta a la primera generación de hoteles temáticos, por si no tuviéramos suficiente ya con el atracón de restaurantes.

Todo esto viene a cuento de esa «cultura» de cartón-piedra que comienza a imponerse por estas tierras. Port Aventura, Isla Mágica, Terra Mítica y el parque de la Time-Warner en Madrid no son más que el anticipo de la gran mascarada, la expresión más visible y desproporcionada de esta vida ilusoria, infantiloide y postiza que estamos comprando como niños ingenuos.

Los parques temáticos son el no va más de la industria del

simulacro, la misma que controla la prensa, la televisión y el cine. Realidad y fantasía se unen así en matrimonio imposible. Lo verdadero y lo falso se superponen para deleite y confusión de grandes y pequeños. En el nombre de la diversión, estamos llenando el planeta de sucedáneos.

«La privación de la experiencia es uno de los elementos que mejor definen la vida moderna —en opinión de Charlene Spretnak, autora de *The Resurgence of the Real (El resurgir de lo real)*—. El ocio es sinónimo de desconexión y distanciamiento de nuestro entorno inmediato. Los resultados ya los estamos viendo, sobre todo en las familias: desintegración social, falta de vínculos, eterno escapismo».

Spretnak, sin embargo, sostiene que «una nueva forma de percibir la vida está tomando forma» y tiene las esperanzas puestas en un éxodo de la falsa aldea global al micromundo local. En suma, una vuelta a la experiencia real. Eso mismo es lo que reivindica desde 1996 Barbara McNally, que orquesta desde Manhattan el movimiento de la Vida Real a través de una gacetilla de inusitado éxito: *A Real Life*. Su caballo de batalla es todo lo sospechoso o falso: desde los parques temáticos a la televisión, pasando por los alimentos procesados, los cosméticos, las medicinas, los suplementos vitamínicos y los productos tóxicos.

A Real Life nos propone salir de la «tecnosfera» en la que vivimos y poner de una vez los pies en el suelo. Dar la espalda a la realidad virtual y a los *reality-shows*, y recuperar el placer de conversar cara a cara. Dejar de comer alimentos con aditivos y con colorantes, y descubrir el auténtico sabor de las verduras y legumbres de temporada. Aprovechar el tiempo libre no para encerrarse entre cuatro paredes sino para recobrar el contacto con la naturaleza, que tanta falta nos hace.

«Vivimos rodeados de objetos etéreos que nos transportan a lugares inexistentes —afirma Barbara McNally—. Si no queremos perder el norte en nuestras vidas, tenemos que agarrarnos firmemente a las cosas reales».

Barbara nació en la periferia, pero siempre le tentó Nueva York, donde ahora vive con su hijo. La ciudad de los rascacielos, dice, no está necesariamente reñida con el estilo de vida que predica: todas las mañanas sale a pasear en bicicleta, tiene un centro de yoga a la vuelta de la esquina y una vez por semana acude al mercado de

granjeros de Union Square, a cuatro manzanas de su casa.

En su hogar, todo muy sencillo y natural: madera de pino, paredes blancas y decoración austera. No hay televisión a la vista, y todos los aparatos —incluido el ordenador, inevitable herramienta — están camuflados. «La vida moderna —dice— es como una muñeca rusa. Hay que aprender a deshacerse de todos los "envoltorios" y proponerse llegar al corazón de las cosas».

LA ERA DE LA MANIPULACIÓN

La era de la información nos iba a hacer más libres e inteligentes. La era de la información nos iba a servir para vivir más conscientes, elevar nuestra cultura, beber de fuentes ilimitadas… La era de la información pasó a la historia; donde de verdad estamos es en los albores de la era de la manipulación.

Más de un millar de periodistas independientes se dieron cita en Nueva York, en 1997, para denunciar un hecho incontestable: el 75% de los medios de comunicación en Estados Unidos han caído bajo el control —directo o indirecto— de las grandes multinacionales, que los utilizan como instrumento al servicio de sus intereses económicos o como escaparate de propaganda comercial.

Las principales cadenas americanas están teledirigidas por grandes compañías como la Disney (ABC), General Electric y Microsoft (NBC), Westinghouse (CBS) o Time Warner (CNN). La industria del entretenimiento se ha lanzado a la conquista del mercado de la información y está manipulando a su antojo la actualidad diaria para venderla como espectáculo.

La información ya no es un derecho sino una mercancía, la más cotizada. Los televidentes, los radioyentes y los lectores de periódicos se han convertido, sin premeditación alguna, en víctimas inocentes de una encarnizada guerra con millonarios intereses económicos de fondo.

En España, la madre de todas las batallas comerciales se libró por cuenta de la televisión digital. Durante más de un año, los lectores tuvieron que padecer las invectivas que se lanzaban en portada y a toda página los grandes diarios, más interesados en promocionar sus respectivos «productos» que en informar de cuestiones sin duda más importantes.

Otro proceso inevitable en las sociedades de consumo, y nuestro

país no podía ser menos, es la trivialización de los medios. Arrastrados por el nivel cada vez más mezquino de la televisión, periódicos y revistas se lanzan a la conquista del «corazón» y del bolsillo del consumidor de información.

«Hoy por hoy, la finalidad de los grandes medios es la de crear perfectos consumidores —denuncia Jeff Cohen, ex columnista del *USA Today* y hoy director de Fair, asociación consagrada a la denuncia de la censura y manipulación en la prensa—. Nos venden continuamente como información toneladas de publicidad encubierta: más que de medios de comunicación convendría hablar de medios de persuasión».

El ejemplo más patente lo tenemos en las publicaciones de moda, vehículos publicitarios de las grandes firmas, que utilizan el gancho de las *top model* para promocionar no sólo esta o aquella colección, también un estilo de vida consagrado al cultivo de los excesos.

El fantasma de la globalización nos hace aún más vulnerables. Las multinacionales americanas de la información y del entretenimiento están penetrando de manera insospechada en nuestras vidas.

«El planeta entero está siendo colonizado a la velocidad de la luz —advierte David Korten, autor de *When the corporations rule the world (Cuando las corporaciones gobiernen el mundo)*—. Las multinacionales han roto las fronteras y se reparten el globo terráqueo como si fuera un pastel: pretenden homogeneizarnos a toda costa, alejarnos de nuestro entorno inmediato y transportarnos a un lugar ficticio donde todos visten igual, comen igual, ven las mismas películas, cantan las mismas canciones».

Su dinero les cuesta: unas quince mil pesetas por habitante del planeta al año en gastos de publicidad. El doble que hace una década. Siete veces más que en 1950.

«Nos están sometiendo a un lavado de cerebro muy similar al de los estados autoritarios —sostiene otro crítico social, Bertram Gross, autor de *Friendly fascism (El fascismo amable)*—. Estamos siendo adoctrinados en el consumismo febril en el fetichismo tecnológico, en el vacío filosófico y vital… Nos están imponiendo una conducta mecánica y escapista».

La publicidad no escatima medio alguno para llamar a las

puertas del consumidor. Los veinte mil anuncios al año que solemos ver por término medio en televisión no bastan. La propaganda por correo se acumula en nuestro buzón, los mensajes inoportunos bloquean el e-mail, los espacios públicos se ceden a «gentiles espónsors».

Las películas nos llegan plagadas de mensajes comerciales más o menos encubiertos. Una veintena de compañías especializadas se dedica a vender los «espacios» al mejor postor. La película *Solo en casa* fue un inmejorable vehículo comercial para los niños, con cuarenta y dos reclamos insertados sin que los mayores nos diéramos cuenta. En *Parque Jurásico*, la Ford se llevó el gato al agua con una oferta millonaria para que fuera el Explorer, y no otro, el coche que destrozaran los dinosaurios. James Bond se ha convertido descaradamente en un hombre-anuncio, al servicio del vodka Smirnoff, la cerveza Budweiser, los coches BMW, los relojes Omega y los teléfonos móviles Ericsson.

En los periódicos, la clásica división entre publicidad e in formación es cada vez más difusa. Las «páginas especiales» imitan tipográficamente a las páginas normales para incitar al equívoco. Las noticias que nos venden como tales son a menudo artículos escritos por los gabinetes de imagen de las empresas, cada vez más influyentes.

A la sombra de los medios está creciendo una auténtica maquinaria propagandística que actúa como caja de resonancia de los intereses comerciales. En Estados Unidos, el número de publicistas en gabinetes de imagen y servicios de prensa (ciento cincuenta mil) supera ya con creces al de periodistas (ciento veinte mil). Su función no es otra que la de «imponer» subliminalmente los mensajes de las grandes empresas. Todos ellos trabajan en beneficio de lo que se ha dado en llamar «la ingeniería del consenso»…

Ya lo decía Joseph Goebbels, ministro de Propaganda de Hitler: «El secreto estriba en que los receptores estén tan inmersos en nuestras ideas que ni siquiera se den cuenta de que están siendo persuadidos».

UNA PAUSA PUBLICITARIA

Ya no se conforman con provocar, con manipular nuestros deseos o con imponer modas. Los «creativos» cumplen también una secreta misión: alimentar el escepticismo de la gente y anular la crítica social. La trituradora publicitaria machaca cualquier tendencia innovadora, la varía de contenido y nos la devuelve tal que así, en uno de esos anuncios de coches…

En primer plano, un tipo de aspecto impecable que nos va contando detalles de su pasada vida: «Trabajaba mucho, ganaba dinero, pero no tenía tiempo para disfrutar de nada. Así que un día decidí cambiar radicalmente, renunciar al éxito profesional y salir adelante con lo mínimo.

»En los ratos libres, me dio por escribir un libro sobre mi nueva experiencia: *Cómo vivir sin dinero*. El éxito de ventas fue arrollador. Sin proponérmelo, me hice millonario.

»… Y es que cada vez hay más gente que como yo está descubriendo cuáles son las cosas importantes de la vida». Dicho lo cual, el envidiado protagonista nos muestra orgulloso su flamante Audi y enfila hacia la escalinata de su casa-palacio.

Fin del anuncio.

(Moraleja: quienes te dicen que se puede vivir mejor con menos dinero se están pegando a tu costa la gran vida.)

DIEZ SUGERENCIAS… PARA «DEFENDERSE» DE LA PUBLICIDAD

Una pequeña dosis de publicidad es hasta cierto punto necesaria. Pero poco a poco, conforme los anunciantes van sofisticando sus estrategias para inmiscuirse en nuestra vida privada y contaminar nuestra integridad mental, conviene levantar barreras. Para mitigar sus efectos, podemos adoptar algunas medidas de «autodefensa»:

- Vea menos televisión; reducirá automáticamente su exposición a los anuncios.
- Desconfíe de los reclamos al estilo de «Anunciado en televisión».
- Huya de las marcas que se anuncian a todas horas. Pruebe con las menos conocidas.
- No compre productos que utilizan a famosos como reclamo (una parte de lo que usted pague irá por cuenta de su millonario contrato publicitario).
- Compre las revistas por su contenido y no por sus apariencias. Desconfíe de las publicaciones que tengan más publicidad que información.
- Lea el periódico con mayor capacidad crítica (aprenda a discernir entre la información real y la propaganda encubierta).
- Apueste por las publicaciones y las radios alternativas. Involúcrese más en lo que pasa en su barrio y conozca mejor la oferta comercial en su entorno inmediato.
- Tire directamente a la basura los catálogos de venta por correo que le lleguen sin usted haberlos pedido (contacte con la Asociación Española de Marketing Directo para exigir que su nombre desaparezca de los listados de venta por correo).
- Cuelgue instantáneamente cuando intenten venderle algo por teléfono.
- Exija a su Ayuntamiento la creación de «zonas libres de publicidad». No permita que los parques, las calles y el

mobiliario urbano se inunden de reclamos publicitarios.

NO COMPRES NADA

«Hazte un regalo: no compres nada…».

Tal y como suena: un anuncio que nos invita a poner en remojo el monedero y las tarjetas de crédito. Un solo día, tampoco más. Aun así, un esfuerzo verdaderamente titánico, teniendo en cuenta el alud de golosas ofertas que nos esperan sin salir siquiera de casa.

«Hazte un regalo: no compres nada».

La original campaña partió en 1992 de un grupo anticonsumista con sede en Vancouver, Canadá. Se hacen llamar los *Adbusters* (cazadores de anuncios) y tienen declarada la guerra al comercialismo. Publican una incendiaria revista mensual, predican la rebeldía contra la televisión y convocan, una vez al año, el Buy Nothing Day.

«Hazte un regalo: no compres nada».

Norteamericanos, ingleses, australianos, holandeses, suecos y japoneses se han ido sumando a la iniciativa, que en 1996 llegó por primera vez a nuestro país de la mano de la asociación ecologista Aedenat. Cada vez que se aproximan las Navidades o alguna de las fiestas señaladas (San Valentín, día del Padre, día de la Madre), Aedenat lanza a los consumidores españoles un mensaje: «Antes de comprar, piénsalo».

En España, el activismo anticonsumista está aún un tanto verde. Enough!, en Inglaterra, y Omslag, en Holanda, son la avanzadilla europea de un movimiento de resistencia que es aún más visible en Estados Unidos. Asociaciones como Adbusters, TV Free America, New Road Map Foundation o Center for the New American Dream lanzan con denuedo sus campañas contrapublicitarias contra la locura consumista.

«El 82 % de los americanos admite comprar más o mucho más de lo que necesita —apunta Allan McDonald, portavoz de la campaña de los Adbusters—. Nos están incitando a comprar de una

manera enfermiza, y la única manera de defendernos es declarándonos en "huelga". Es un modo de decir "¡basta!": pensemos por un solo día y dejemos de comportarnos como meros consumidores con el piloto automático».

Los Adbusters intentan combatir el sistema con las mismas armas: nada mejor que la televisión para incitar a la gente a no comprar nada. Las tres grandes cadenas nacionales, sin embargo, se han negado sistemáticamente a emitir el anuncio por considerarlo «subversivo».

Tan sólo la CNN se ha atrevido a intercalarlo en su programación, con el texto íntegro: «Un americano consume cinco veces más que un mexicano, diez veces más que un chino, treinta veces más que un indio. Somos los consumidores más voraces de la Tierra... Si todos los países siguieran el ejemplo americano, harían falta cuatro planetas como el nuestro para poder abastecernos».

Los audímetros no registran el éxito de este tipo de campañas. La única manera de calibrar su impacto es por el número de llamadas, cartas y mensajes acumulados en el correo electrónico. La respuesta es cada vez mayor, aunque siempre dentro de unos límites. Tan sólo una minoría parece estar por la labor...

«El despegue será lento, pero cuanto mayor sea la ofensiva del comercialismo, más gente acabará abrazando el credo anticonsumista —vaticina Allan McDonald—. Estamos en los albores de un movimiento que va más allá del activismo ecológico y que aboga por un entorno más saludable desde el punto de vista intelectual. Las grandes multinacionales no sólo contaminan el aire que respiramos: también nos castigan con la "polución mentar'».

Ante el bombardeo publicitario que tantos estragos causa en nuestros cerebros y en nuestros bolsillos, los Adbusters proponen una suerte de resistencia pasiva a lo Gandhi: no comprar nada durante un día, precisamente en las fechas en las que los anuncios nos incitan a tirar la casa por la ventana.

La «huelga» de compradores tiene un valor más simbólico que práctico. No se trata de hundirle el negocio a nadie, ni de hacernos mártires de una causa imposible, sino de elevar nuestra voz contra quienes quieren imponernos unas pautas de consumo alienantes y a todas luces insostenibles.

EL PRECIO «JUSTO»

Salir de compras puede convertirse, ya lo hemos visto, en una peligrosa adicción o en un costoso entretenimiento. Pero hay otra manera de comprar, lejos de la cadena consumista, sabiendo que nuestro dinero tendrá un destino «justo» y no servirá para fomentar la explotación laboral o para pagar el contrato millonario de publicidad a Michael Jordán.

Consumir no es necesariamente despilfarrar. Consumir de un modo más consciente, con una mano en el corazón y la otra en la billetera, puede servir incluso para expresar nuestras inquietudes y nuestros valores...

Corría el año 1969 cuando unos comerciantes holandeses, preocupados por algo más que hacerse ricos, tuvieron la idea de abrir una tienda «solidaria»: productos importados directamente del Tercer Mundo, sin intermediarios ni «mercenarios» de la economía global. Tres décadas después, funcionan en Europa nada menos que 45 000 puntos de venta «solidarios», capaces de facturar al año más de 32 000 millones de pesetas.

En España, el fenómeno es relativamente nuevo, pero desde 1995 estamos asistiendo a una auténtica explosión de la economía social paralela al «boom» del voluntariado. Las cadenas como Intermón, Alternativa 3 o Ideas se han hecho tremendamente populares y están ampliando su oferta mucho más allá de los complementos y la artesanía. En las tiendas solidarias se puede comprar ropa, alfombras, muebles, productos alimenticios y un sinfín de objetos de uso cotidiano, a un precio no necesariamente más alto que en cualquier otro comercio.

Con el tiempo, y siguiendo el ejemplo de países como Inglaterra o Alemania, los productos «justos» podrán adquirirse en cualquier tienda o incluso en centros comerciales. La «etiqueta social» será el equivalente a la «etiqueta verde» que destaca los artículos que no

degradan el medio ambiente.

Una vez al año, el 11 de mayo, se celebra en Europa el día del Comercio Justo. En vez de incitar al consumo por el consumo, al estilo del día del Padre o de la Madre, la fecha sirve más bien de jornada de reflexión, con puestos en la calle para llegar a ese espectro de la población —la inmensa mayoría— que sigue comprando sin interesarse lo más mínimo por todo lo que hay detrás de un determinado artículo.

En Estados Unidos, más que de comercio «justo» se habla de consumo «consciente»: se invita a los ciudadanos a que, antes de comprar, se informen de dónde se fabricó el producto y cuál es la política social de la empresa que lo comercia.

Las multinacionales están bajo permanente sospecha. Grupos como Development and Peace, Global Exchange o National Labour Committee denuncian incansablemente los métodos de explotación laboral —auténtica esclavitud del siglo XX— que utilizan algunas contratas en países como China, Pakistán, Indonesia o Haití, Todos los años, en vísperas de los excesos navideños, arrecian las campañas contra conocidísimas marcas como Nike, Disney o Mattel, fabricante de las muñecas Barbie, por la manera en que se lucran sin escrúpulos con la mano de obra barata en el Tercer Mundo. La única manera de presionar es dejando de comprar sus productos.

El consumo «consciente» tiene también su vertiente positiva. Periódicamente, el Consejo de Prioridades Económicas de Nueva York publica un ranking de las «empresas socialmente comprometidas». Negocios por la Responsabilidad Social es otra institución que agrupa a más de ochocientas empresas y que certifica con un sello de garantía que sus afiliados practican una política laboral justa.

Poniendo nuestra conciencia de ciudadanos por delante de la de meros consumidores, «leyendo» en la etiqueta de fabricación de los productos, en vez de dejarnos embaucar por Claudia Schiffer o por cualquier otro cebo, seremos capaces de dar un sentido al dinero que gastamos.

CONSUMIDORES ACTIVOS

Pese a la oferta ilimitada del hipermercado, Isabel Martínez no encontraba nunca lo que ella quería. Las estanterías estaban llenas de enlatados, congelados y precocinados, facilísimos de preparar, listos para el microondas, etc., etc., etc. Pero ningún producto tenía las garantías que ella buscaba: fresco, natural y «biológico» (libre de pesticidas, fertilizantes químicos u hormonas).

En su misma situación estaban unas cincuenta familias que compartían unas inquietudes y unos gustos un tanto alejados de las convenciones… «Si el mercado no responde a nuestras demandas, habrá que salir al encuentro de ellas», se dijeron.

Y acto seguido decidieron tomar la iniciativa y ponerse en contacto directo con los agricultores. Les hicieron saber sus deseos y llegaron a un acuerdo con ellos. De productor a consumidor: sin distribuidores ni intermediarios que procesen los alimentos y engorden los precios.

Así nació a finales de los ochenta la cooperativa La Espiga. Ahora son más de un centenar de miembros con local propio en Las Rozas (Madrid) y dos empleados a sueldo. Una cuota de inscripción y otra mensual dan derecho a una serie limitada de productos que, sin embargo, son casi imposibles de encontrar en las tiendas y en los supermercados: verduras, cereales y legumbres cultivados según los principios naturales de la agricultura biológica, la biodinámica o la permacultura.

«Al tiempo que satisfacemos nuestros deseos como consumidores, estamos cumpliendo una función social —se explica Isabel Martínez, que empezó como voluntaria en la cooperativa y ahora trabaja a tiempo completo—. Importamos lo menos posible porque nuestra intención es fomentar la producción local, ir convenciendo poco a poco a los agricultores para que respondan a una demanda que está ahí. Y es que tarde o temprano la gente en

España caerá en la cuenta de que la salud empieza en la mesa, y la agricultura ecológica se verá como una forma de invertir en una mejor calidad de vida».

Las cooperativas son al consumo lo que los sindicatos al trabajo. Sin ellas, el mercado se regiría simple y llanamente por la ley de la oferta, capaz de modelar la demanda a su antojo y conveniencia.

El movimiento cooperativista surge en 1844 en Rochdale (Inglaterra), cuando un grupo de trabajadores se organiza para procurar un suministro de productos alternativos al de los comercios locales y a un precio justo. Aparte de la conveniencia económica, la asociación nace con una idea de «solidaridad e igualdad» que luego acabaría empapando el movimiento cooperativista en el resto del mundo.

En España, las primeras cooperativas de consumo nacen a finales del siglo xix y viven su máximo apogeo en el primer tercio de este siglo, en plena «edad de oro» del asociacionismo: ateneos populares, mutuas, cajas de ahorro… A partir de los años setenta vuelven a estar en boga, con la experiencia de Mondragón como buque insignia. En los noventa resurgen con fuerza, agrupadas en torno a la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores, y se lanzan a la conquista de nuevas fronteras.

El caso más notorio es el de Eroski y Consum, capaces de competir en su terreno con las grandes firmas de hipermercados y supermercados. Gracias al tirón de ambas, las cooperativas de consumidores facturaron en España más de 365 000 millones de pesetas en 1996 y superaron el listón de los 800 000 socios.

El éxito de Eroski contrasta sin embargo con las dificultades de las pequeñas cooperativas locales, que están en pleno proceso de reconversión y tardarán aún un tiempo en fraguar, seguramente, como el necesario contrapeso a la economía global.

Siguiendo el modelo que trazaron las familias de La Espiga, cualquier grupo de más de cinco consumidores (aunque es mucho más viable de veinte para arriba) puede constituirse en cooperativa. Habrá que decidir un nombre, elegir un consejo rector y presentar una serie de documentos en el registro local (estatutos sociales, capital social mínimo, declaración de actividades). Superados los trámites burocráticos, habrá que fijar una lista de productos, contactar con los proveedores y acordar el sistema de reparto.

Eso sí, desde el momento en que nos declaramos «consumidores activos» no nos podemos quedar cruzados de brazos. Tenemos que estar dispuestos a ceder una parte de nuestro tiempo como voluntario a la «tarea común». Esa dedicación extra revertirá luego en mejores precios, totales garantías y un contacto directo con quien cultiva o fabrica el producto.

Libertad y autogestión son las dos máximas de las cooperativas, que contribuyen a superar la fragmentación social y a recuperar el sentido de comunidad y del trabajo en equipo. Los excedentes del proceso productivo se reinvierten y los socios participan de forma solidaria y equitativa.

Las cooperativas cumplen además una extraordinaria labor en la formación de sus socios, y apuestan claramente por la economía social el comercio justo y la defensa de la salud y el medio ambiente, un triple privilegio que nunca tendremos como meros consumidores pasivos.

DEL *SHOPPING* AL *THRIFTING*

El país que elevó el *shopping* a la categoría de deporte nacional es también el país del *thrifting*, el arte de la frugalidad, practicado por millones de americanos que no tienen el menor reparo en comprar una televisión usada en el patio del vecino o una mesa de comedor en una *garage sale* (venta de garaje). Los *thriftstores*, tiendas de segunda mano, gozan también de una gran tradición, sobre todo en los pueblos pequeños.

En España, tan dados como somos a los rastrillos, las tiendas de segunda mano habían caído en el más injusto de los olvidos. A mediados de los noventa, sin embargo, lo usado volvió a ponerse de moda, con clara influencia anglosajona... Second Market, Second Hand Deposit y Cash Converters son algunos de los negocios donde puede encontrarse todo tipo de artículos —ropa, palos de golf, cámaras fotográficas, vajillas, ordenadores— a la mitad de lo que costó la primera vez.

En la era del despilfarro, estas tiendas cumplen casi una función social: no sólo ahorramos dinero con ellas, también nos brindan la ocasión de reciclar todo lo que no usamos.

Si la filosofía del *shopping* consiste en acumular y acumular, la del *thrifting* empieza precisamente en el extremo opuesto: limpieza general. Amy Dacyczyn, también conocida en Estados Unidos como «la sacerdotisa de la frugalidad», publicó a primeros de los noventa una popularísima revista (*The Tightwad Gazette*), que estaba considerada como la Biblia del *thrifting*, con consejos prácticos para ir desprendiéndonos de todo lo accesorio y superficial...

Regla número uno: vaciar los armarios y prescindir de lo que no se haya utilizado en el último año (en Norteamérica funcionan incluso servicios especializados en limpiar las casas del *clutter*, o montón de objetos inservibles acumulados).

Los libros que no se hayan tocado en diez años, fuera. Los

juguetes del niño que ya ha crecido, fuera. La mitad del ropero, fuera. Dejar sólo un par de pantalones y dos pares de zapatos. Nunca tener un duplicado de la misma cosa (dos televisiones, dos equipos de música). Descubrir el uso compartido con amigos y con vecinos. Aprender bricolaje y mecánica, hacerse los muebles, especializarse en chapuzas caseras. Vivir siempre por debajo de nuestras posibilidades.

Sin necesidad de llegar a la austeridad militante, el *thrifting* promueve la moderación y el ahorro. Y también, la prolongación al máximo de la vida de los aparatos caseros, de la televisión al equipo de música. Hasta el coche, extremando los cuidados, puede durar de doce a quince años. Los muebles que ya no nos gustan parecerán otros con una mano de pintura, y el sofá quedará irreconocible con una nueva funda y unos cojines vistosos.

Mientras el *shopping* alimenta sin medida la novofilia (la pasión por todo lo nuevo), el *thrifting* es fiel al lema de «lo viejo es bello».

Ahora bien, del *shopping* al *thrifting* hay todo un abismo y no se debe saltar sin precauciones: es difícil renunciar de un día para otro a la variedad multicolor de productos que ofrecen los hipermercados y conformarse con la limitada oferta de la cooperativa. Para moderar el consumo no basta con cambiar de hábitos; hay que reeducar los cinco sentidos y adoptar poco a poco una nueva actitud ante la vida.

Quienes nacimos entre los sesenta y los setenta, quienes pertenecemos a esas primeras generaciones de niños que lo tuvieron todo, necesitamos un período de «reciclaje» que puede durar años. La luz se nos encenderá, tal vez, el día en que decidamos hacer una mudanza —en el más amplio sentido de la palabra— y reparemos en la cantidad de objetos inútiles que fuimos acumulando con total despreocupación mientras duró nuestra pasión desmedida por el *shopping*.

APAGA Y VÁMONOS

«HÉROES DEL SILENCIO»

«Es como cuando uno intenta dejar el tabaco: los primeros días cuesta mucho, pero al final se supera» (Isabel).

«Lo peor han sido las noches y las horas de las comidas: he echado en falta el ruido del televisor» (Montserrat).

«Siete días no son tantos, y sin embargo me han creado una terrible ansiedad» (Miguel Ángel).

Isabel, Montserrat y Miguel Ángel formaron parte de los «Héroes del Silencio», que así decidieron llamarse durante una semana. La «heroicidad» consistía ni más ni menos que en «desconectarse», apagar el televisor durante siete días con sus respectivas noches, desmarcarse del común de los mortales y marcharse a la cama sin la ración diaria de rayos catódicos. A ver qué pasaba.

Y pasó que una tercera parte de los sesenta y dos voluntarios decidió darse de baja a las primeras de cambio. ¿Por qué?

«Porque dejar de ver televisión no depende enteramente de uno mismo» (Rocío).

«Porque por más que explicaba en mi casa el experimento en el que estaba participando, ninguno me comprendía, y me ponían de tonta para arriba» (Dolores).

«Porque en mi casa la dejan todo el día encendida como si fuera el termo» (Rogelio).

La conclusión la pone Francisco Iglesias, el profesor de la Universidad Complutense que dirigió en 1990 el experimento: «Concebir un mundo sin televisión en los tiempos que corren no es tarea sencilla [...] Con frecuencia, lo más decisivo en el modo de utilizar la televisión no es lo que en ella se vea o se deje de ver sino la cantidad de tiempo que resta a otras actividades tantas veces más enriquecedoras».

Lo dicho: solamente al trabajo o al sueño le dedicamos más tiempo que a ver televisión. Los españoles estamos en el pelotón de

cabeza europeo, compartiendo honores con Turquía, Inglaterra e Italia: nos pasamos cada día unas tres horas y media delante de la pantalla. Un día entero por semana. Una séptima parte de nuestra vida consumida frente al televisor o televisores (la media es ya de dos receptores por hogar, camino de los tres).

La irrupción de la televisión digital, con su pléyade de canales a la carta, nos catapultará a los niveles de Estados Unidos o Japón, al filo de las cuatro horas diarias. Acabaremos prefiriendo una hora de *Landscape* (imágenes y sonidos para combatir el estrés) antes que respirar a pleno pulmón y desintoxicarnos en un parque.

Efectivamente, un mundo sin televisión parece cada vez más inconcebible. Por eso una frugal abstinencia, aunque sólo sea de siete días, adquiere los ribetes de «insólita aventura» o de auténtico desafío. Volvemos con el profesor Iglesias y sus «Héroes del Silencio»:

«Realmente, no me he dado cuenta de lo que quiero la tele hasta que la he perdido» (Paloma).

«No repetiré el experimento. ¡Menos mal que ha terminado la semanita!». (Gema).

«Ser Juana de Arco no es mi fuerte» (Concepción).

Como Paloma, Gema y Concepción, el común de los españoles no sabemos lo que es vivir sin televisión. Nos quejamos de la programación, cada vez más lamentable; criticamos la epidemia de estupidez y mal gusto que invade nuestros hogares; maldecimos el bombardeo incesante de anuncios, pero ahí seguimos, imantados sin remedio como al peor de los vicios. Tan habituados estamos a su ubicua presencia y a su incesante rumor, que las noches se nos presentan como insondables abismos, iluminados tan sólo por nuestros programas favoritos.

Nunca nos enseñaron que la vida sigue perfectamente su curso al margen de la programación diaria. Que se puede hablar de muchísimas otras cosas que no se vieron u oyeron anoche en la tele. Que la cena sabe mucho mejor con la vista puesta en el plato. Que lo que se pierde por un lado se gana en tiempo para muchas otras cosas, ésas para las que «nunca tenemos tiempo».

Lo malo es que, con una decisión tan simple e inocua como dar la espalda a la tele, corremos el riesgo de convertirnos en rebeldes sin causa, en proscritos sociales. Las primeras, y a veces

infranqueables barreras, las encuentra uno en su entorno inmediato:

«Parecía como si estuviera castigada: al llegar a casa la televisión estaba encendida y yo me tenía que encerrar en mi habitación» (Yolanda).

«Si no ves televisión, no ves a tus hermanos ni a tus padres: casi te conviertes en un ermitaño en tu propio hogar» (Almudena).

«Mis compañeras de piso son unas teleadictas, aunque ellas se nieguen a reconocerlo: nada más llegar a casa encienden el botoncito y la televisión está en marcha desde las tres de la tarde hasta la una o las dos de la madrugada. ¡Ininterrumpidamente! Comen, estudian, charlan… y una incluso duerme con la tele puesta» (Isabel).

Somnífero implacable, niñera electrónica, ruidoso invitado que rompe los terribles silencios familiares… Apagamos la tele, y se instala en casa una suerte de vacío existencial. Prescindimos de ella, y se diría que la soledad suena. No estamos acostumbrados; nos falta práctica. Pero si lo intentamos, por una semana, tal vez nos pase lo que a Amalia:

«En pocos días nos damos cuenta de que la televisión no es una necesidad y de que en muchas ocasiones lo que hace es esclavizarnos y dominar nuestra vida cotidiana […] Si ignoramos la televisión, disponemos de mucho más tiempo para actividades más variadas, nos damos cuenta de que la información que recibimos no es imprescindible y nos liberamos de un hábito que nos tiene sujetos a un horario».

Huelga decir que, una vez superada la prueba, los «Héroes del Silencio» dejaron de serlo y volvieron a las andadas televisivas. Eso sí, con una actitud más crítica y después de haber sacado los frutos —casi todos positivos— de la «insólita aventura»… Del uno al diez: mayor dedicación a la lectura, disponer de más tiempo libre, utilizar otros medios de comunicación, mayor dedicación al estudio, mayor dedicación a la radio, leer con más atención el periódico, más conversación con la familia o compañeros, hacer cosas que estaban pendientes, sensación de no saber qué hacer, sensación de no estar bien informado.

Hubo también otras respuestas: sensación de estar más en la vida real, más tiempo para pensar, más tranquilidad, mejor organización del tiempo, más independencia, reflexión sobre la

influencia de la televisión en nuestras vidas…

UNA SEMANA SIN TELEVISIÓN

El mismo experimento, sólo que esta vez a escala nacional y en el país con más televisores por cabeza del planeta. Una asociación «subversiva», TV-Free America, pide a los ciudadanos que desenchufen los receptores durante una semana. Miles de escuelas, comunidades religiosas, médicos, psiquiatras, escritores, deportistas y hasta algún que otro gobernador receptivo apoyan la idea. Cuatro millones de americanos se desconectan.

Entre ellos, Diane Werts, teleadicta arrepentida, que escribe en las páginas del *Newsday* los pormenores de su «desprogramación» diaria:

Primer día de abstinencia, lunes: «Lo primero que hay que superar es el acto reflejo, el impulso que te lleva mecánicamente a encenderla nada más salir de la cama, o al entrar en casa… Pero el peor momento llega por la noche, cuando mi marido y yo nos sentamos en el sofá y descubrimos que no podemos practicar nuestro deporte favorito: hacer záping… Nos consolamos a duras penas, jugando una partida de Trivial».

Segundo día, martes: «Cualquiera diría que la tele ha crecido desde que no la miro: me parece enorme, me pide a gritos que la encienda… Procuro pensar en otra cosa. ¡Estoy pensando! Me noto como más centrada y contemplativa. Esta noche intento olvidarme de la tele leyendo un libro, pero no hay comparación: la tele es mejor somnífero».

Miércoles: «Llego a casa después de un extenuante día de trabajo. Mi primera tentación es tenderme en el sofá y encenderla: no concibo otra manera de relajarme… Desvío la vista hacia las carátulas de vídeo, pero sería una forma de traicionarme. Me inclino por la música: nunca tuve tiempo para escuchar los últimos compactos. Cuando quiero darme cuenta, es la una de la madrugada».

Jueves: «Es asombroso cómo me está cambiando el modo de percibir las cosas. De pronto me doy cuenta de que no necesito llenar hasta el último momento de mi vida... La televisión te empuja a eso: acción, acción y sólo acción. No te da un respiro. Por cierto, ¿qué habrá pasado en el último episodio de "Policías de Nueva York"?».

Viernes: «¡Cinco días seguidos sin cenar con un informativo! Empiezo a sospechar que la televisión no sólo manipula las ideas; también nuestros sentimientos. Uno acaba conmoviéndose más por lo que pasa en el otro extremo del mundo que por lo que sucede a la vuelta de la esquina».

Sábado: «Hoy hemos decidido ir al cine, hacía semanas que no íbamos. He salido con la sensación de haber tenido realmente una experiencia. Decididamente, no es lo mismo que ver una película en la tele».

Domingo: «Superada la última tentación: el partido de fútbol americano. Por la noche, algo excepcional: invitamos a cenar a nuestros vecinos... Cuando está todo listo, me doy cuenta de que he dispuesto la mesa y las sillas como si en realidad nos juntáramos para ver la tele. Acabo de comprobar por mí misma hasta qué punto la televisión domina nuestras vidas».

Despedida y cierre.

Al octavo día, la tele volvió a orquestar la rutina nocturna de Diane y de su marido. Pero la experiencia no cayó en saco roto, confiesa. Antes no se planteaban cuánta televisión veían; ahora, cada vez que llegan los anuncios, se miran el uno al otro con cierto sentimiento de culpabilidad. Algo es algo.

Quien lleva no ya semanas ni meses, sino años enteros sin saber lo que es tener televisión, es Henry Labalme, director de TV-Free America... «Y no te puedo decir si soy más o menos feliz que nadie, pero sí que disfruto mucho más intensamente de cosas que antes ni siquiera me planteaba».

A Henry le dio por la militancia antitelevisiva cuando fichaba como un ejecutivo más en Washington. Estaba comenzando a hartarse de su vida aburguesada y decidió pedirse una excedencia. Cambió el coche por la bicicleta, la corbata por el jersey de pico, la asepsia de la oficina por la pasión de su trabajo como voluntario, que acabó convirtiéndose en su medio de vida.

Todo esto ocurría en 1995. Desde entonces, TV-Free America convoca todos los años, allá por primavera, la semana nacional sin televisión...

«No estamos pidiendo a los americanos que saquen los televisores a la calle y los quemen. Lo que sugerimos es que hagan la prueba, que estén una semana sin ver televisión y después decidan si quieren o no seguir viéndola como antes».

TV-Free America sobrevive sin ningún apoyo oficial, con suscripciones y donaciones particulares, volcándose sobre todo en los colegios. Más de treinta mil centros escolares secundaron en 1997 la iniciativa e involucraron a los alumnos en todo tipo de actividades alternativas: excursiones al campo, música, baile, deportes, juegos... Para los niños es como un reto que dispara su imaginación: «Piensa en todo lo que puedes hacer si te dan tres horas "extras" todos los días».

En las escuelas americanas, sobre todo en la costa Oeste, están muy extendidos los cursos de *media literacy* (alfabetización mediática). A los pequeños se les enseña, entre otras cosas, a utilizar racionalmente la televisión y a no naufragar en el bombardeo diario de «propaganda» informativa. Lo malo es que, una vez en casa, manda quien manda.

«Lo peor son los adultos —seguimos con Henry—. En ellos ha calado muy hondo el "síndrome de la patata recostada", esa actitud conformista e inerte ante la vida que se va gestando desde que somos niños y nos quedamos imantados frente al televisor. Antes de cumplir los dieciséis años, habremos visto ya unos ocho mil asesinatos en la pequeña pantalla. A esa edad, estaremos contemplando unos veinte mil anuncios al año. Todo eso va dejando un poso inevitable en nuestras mentes».

Sobre los efectos de la pequeña pantalla se ha escrito de todo, desde encendidas defensas del medio (François Mariet, «Déjenlos ver la televisión... porque no es culpable de todos los males que se le atribuyen») a alegatos apocalípticos como el de Jerry Mander: *Four Arguments for the elimination of television (Cuatro argumentos para la eliminación de la televisión)*.

Mander, un «arrepentido» del mundo de la publicidad, bautiza la tele como «la máquina de las fantasías psicopáticas» y no se cansa de enumerar razones para prohibirla por decreto: nos roba el

contacto real, nos priva de la experiencia, lava nuestros cerebros, nos deja sin energía vital, nos aísla del entorno, genera frustración y ansiedad, nos programa para comprar…

INTOXICACIÓN INFORMATIVA

Son las siete de la mañana de cualquier día festivo. El televidente se desparrama en el sofá con una taza de café y acaricia el mando a distancia.

Aprieta el botón y sale el cura del canal 116. Como no está para plegarias, cambia de cadena y conecta con «Buenos días, América». Al crítico de cine no hay quien lo aguante; mejor conectar la CNN para saber qué ha pasado en las últimas horas. Descarriló un tren, no hubo muertos. Publicidad. Ahora los deportes: un famoso jugador de baloncesto que ha contraído una gripe de elefante y se perderá varios partidos. Bien. Un barrido por el canal de la Fox: dibujos animados. Publicidad. Probemos con el canal seis: «Barrio Sésamo». ¡¿Es que todo es para niños a estas horas?! En la MTV están pasando un vídeo de Iron Maiden. Demasiado largo. Por fin algo de interés en el canal de noticias locales: investigadores de no sé qué universidad han descubierto que las hamburguesas contienen una sustancia que ayuda a prevenir el cáncer de piel. Publicidad (¿de hamburguesas, tal vez?).

Pasará en un suspiro la primera hora, y la segunda, y la tercera. La cuarta se hará más cuesta arriba, pero hay que aguantar, de eso se trata. Veinticuatro horas encerrado en casa, intentando no despegar los ojos del televisor, descubriendo las «fascinantes» posibilidades nada menos que de noventa y tres canales.

El televidente en cuestión se llama Bill McKibben, y en cuanto logre recuperarse de la maratón de záping se marchará con sus bártulos a la montaña, levantará la tienda de campaña y allí permanecerá otras veinticuatro horas, en plan ermitaño, borrachera de bosques y estrellas.

Luego contrastará ambas experiencias y publicará un libro, *The age of missing information (La era de la información perdida)*, tal vez la más incisiva alegoría sobre lo poco que aprendemos y lo mucho

que ignoramos gracias a la televisión.

«No es mi intención dictaminar cuál de las dos opciones es la mejor para pasar el tiempo —escribe McKibben—, pero lo cierto es que la "era de la información" nos está llevando a una ruptura con la naturaleza y con nuestro entorno inmediato, a una pérdida de habilidades fundamentales, a una desconexión de la vida real. Vivimos ciertamente en un momento de profunda ignorancia».

McKibben desempolva un premonitorio informe de la UNESCO, en 1953, cuando las televisiones estatales estaban aún en estado embrionario y se debatía a cuántas horas convenía limitar la programación: «Es muy difícil, si no imposible, emitir a todas horas buenas series dramáticas, buenos concursos, buenos programas educativos. Si prolongamos el tiempo de emisión, la calidad acabará siendo probablemente una excepción».

Lo mismo podríamos decir sobre el número de canales. Uno recuerda casi con nostalgia aquellos tiempos de la carta de ajuste, cuando el dilema de cada noche se resolvía a cara o cruz: primera cadena o UHF. El advenimiento de la televisión privada, decían, nos iba a abrir posibilidades ilimitadas… Ya las hemos visto: nunca creímos que la televisión pudiera caer tan bajo (y en esto coinciden detractores y aduladores).

La televisión digital de pago se vende ahora como un salto estratosférico de calidad y cantidad. Sus locuaces promotores intentan convencernos de lo mucho que nos estábamos perdiendo. Y vienen a decirnos que si no nos abonamos, dejaremos escapar el tren de los nuevos tiempos.

Salvando las distancias técnicas, lo que hoy permite la televisión digital con sus decenas de canales a la carta, era ya posible hace tiempo con el cable. Bien lo saben en Estados Unidos, donde la calidad de la televisión sigue siendo igual de mediocre, la invasión publicitaria es abusiva y la sensación que produce sentarse todos los días ante el televisor se resume escuetamente en una palabra: saturación.

«Hemos llegado a un punto en que la cuestión no es ya cómo obtener más información sino cómo reducir el bombardeo de estímulos que recibimos a diario», afirma David Shenk, autor de *Data Smog (Contaminación de datos)*.

Según Shenk, el uso y abuso de la televisión y de otros medios

está directamente relacionado con disfunciones mentales cada vez más comunes, como la hiperactividad o el déficit de atención: «A partir de un cierto punto, la avalancha de información no aporta nada a nuestra calidad de vida, sino que sólo sirve para cultivar el estrés, la confusión o la ignorancia».

Shenk anima a cada cual a actuar como un auténtico filtro y pide que se proscriba por ley la invasión de pantallas televisivas en los espacios públicos: «Al igual que se protege a los ciudadanos del humo de los cigarrillos, se les debería prevenir contra los efectos tóxicos de la contaminación comercial e informativa».

¿VIVIR SIN TELEVISIÓN?

¿Vivir sin televisión? No es fácil hacerse a la idea. La verdad es que cuesta. El ruido de fondo de la televisión ha sido desde niños nuestra inseparable compañía. Ya de adultos, nuestro mejor consuelo.

Pero llega un momento en que conviene hacer un alto. Esconder el mando a distancia y meditar, con la pantalla apagada. Reflexionar seriamente sobre hasta qué punto nuestros días están «programados» por la televisión. Pensar si de verdad nos relaja o si nos crea estrés, ansiedad, compulsión. Si une o incomunica a la familia. Si nos ayuda a hacer más llevadera la existencia o si nos está llenando de pájaros la cabeza.

Jerry Mander, el autor de *Cuatro argumentos contra la televisión*, nos sugiere, para desintoxicarnos, que probemos varias veces con el Test de los Efectos Técnicos: abstraerse de lo que se está viendo y prestar únicamente atención a la manipulación de las imágenes y del sonido, concentrarse exclusivamente en todo lo que sea «antinatural» (el movimiento del zoom, los cambios repentinos de plano, la voz en *off*, la música de fondo). Al cabo de diez minutos, asegura, sentiremos pura náusea visual.

Otras variantes del Test de los Efectos Técnicos consiste en dejar las imágenes sin voz durante quince minutos, y averiguar qué están diciendo. O la voz sin más, e imaginar lo que no estamos viendo... El objetivo, al final, es el mismo: cogerle el truco a la televisión, ver más allá de lo que aparentemente vemos. Tal vez así seremos capaces de sustraernos a su poder hipnótico.

Personalmente, mi ruptura con la televisión se remonta a 1994, al poco de llegar a Estados Unidos. Llegué a la abstinencia por vía del exceso. Demasiados canales, demasiado ruido, demasiada publicidad. Tomé la decisión de ver solamente programas informativos, y si aún la mantengo es por motivos estrictamente

profesionales. En mis días de asueto no malgasto un solo minuto delante de la pantalla.

Envidio sanamente al 1 % de españoles que no tiene televisión en sus hogares y me considero dentro de ese 15 % que prefiere no verla regularmente. Hace tiempo que perdí el impulso mecánico de encenderla nada más volver a casa (sé de quien la deja puesta incluso cuando sale, «por si llegan ladrones, se figuren que estamos dentro»). A veces la miro —apagada— y pienso que aún ocupa un lugar muy visible en el salón, que convendría relegarla a un segundo plano (conozco también a quien la tiene guardada en el armario y bajo llave).

Con el tiempo, he aprendido a valorar el silencio en casa. Y lo gratificante que resulta marcharse a la cama sin las imágenes sangrantes de la última guerra, el último estupro o el último accidente aéreo.

Pero lo que no tiene precio es el haberse liberado del bombardeo abrumador, insidioso, insultante de la publicidad. Lo agradece mi mente; también mi bolsillo.

Reconozco el papel de la televisión como gran catalizador en momentos históricos, pero esa función ya la cubría antes la radio. En cuanto a la información, cada día estoy más convencido de que la tele entretiene o distrae, que lo que de verdad informan son los periódicos. Por lo demás, suscribo totalmente aquello de «El cine, en el cine».

Desde que no veo televisión leo más, para mí mismo o en voz alta. Me entretengo con muchas otras cosas, le dedico tiempo a lo que de verdad me interesa. Tengo menos ansiedad, paso más tiempo al aire libre. Percibo las cosas de otra manera, me noto con los pies más en la tierra. Me siento más comunicado con mi entorno inmediato; aunque, bien es cierto, no acabo de conectar con quienes hablan de lo que vieron u oyeron la otra noche en televisión…

AÚN NO HEMOS VISTO NADA

Televisivamente hablando, estamos en la edad de piedra. De aquí a unos años sabremos por fin lo que es auténtico entretenimiento: pantallas tres o cuatro veces más grandes, calidad de cine, posibilidades inmensas (hasta quinientos canales, pasivos o interactivos, servicio de vídeo a la carta, realidad virtual).

Ése es el futuro inmediato que nos están preparando Steven Spielberg y Bill Gates, entre otros. El gran negocio fin de siglo será el *home entertainment*: nuestras casas, convertidas en auténticos parques de atracciones.

El salto de la señal analógica a la señal digital será tan espectacular, dicen, como el del blanco y negro a la televisión en color. Habrá que jubilar el viejo aparato, o comprarse un convertidor, gastarse un dineral. Pero el esfuerzo merecerá la pena: la tele cobrará una quinta dimensión hasta ahora insospechada. Aún no hemos visto nada.

La función «social» de la televisión no es, al fin y al cabo, más que ésa: entretenernos. Según el diccionario, «tenernos detenidos esperando alguna cosa». Hasta ahora ésa definición era válida tan sólo a medias, pues como apunta Marie Winn en *The plug-in drug (La droga conectada)*: «La televisión es fundamentalmente una experiencia que consiste en la negación de todas las demás experiencias».

Eso se acabó, nos advierten los profetas de las nuevas tecnologías. Dentro de poco, la televisión será tal vez la más inolvidable de las experiencias.

«Nos divertiremos hasta la muerte», augura Neil Postman, profesor de la Universidad de Nueva York y autor de *Amusing ourselves to death*, una de las mayores diatribas jamás escritas contra la «cultura del entretenimiento» y los «medios de distracción de masas».

Dice Postman que nuestras vidas se encaminan «alegremente» hacia la profecía de Aldous Huxley en *Un mundo feliz*. Al Gran Hermano no le interesa ya meternos el miedo en el cuerpo, como ocurría en el *1984* de Orwell; le resulta mucho más fácil y rentable mantenernos entretenidos. Más que para vigilarnos, las pantallas se utilizan para distraernos. La televisión, pues, cumple la función del «soma»: una ración diaria y todos felices.

«Lo que Orwell temía es que se prohibieran los libros —escribe Postman—. Huxley sospecha que no hará falta prohibirlos porque, al paso que vamos, llegará un momento en que nadie quiera leer... La gente acabará amando la opresión, idolatrando la tecnología que les está privando de la capacidad de pensar».

«El medio es la metáfora», sentencia Postman, parafraseando a McLuhan («El mensaje es el medio»). Umberto Eco corrige: «El mensaje es la electricidad». Y Francisco Umbral da por cerrado el debate: «El medio es el rollo [...] La televisión es el opio del pueblo democrático, de la sociedad tecnocrática».

En España, los propios espectadores han comenzado a levantar la voz y a rebelarse contra la telebasura, pero la auténtica cuestión de fondo sigue intacta: «¿No le estaremos dedicando demasiado tiempo a la televisión?».

Lejos, muy lejos queda aquel sentimental anuncio de TVE: el perro haciendo las maletas y marchándose de casa porque su mejor amigo, un niño, se pasa el día atado al televisor. La competencia encarnizada, la guerra del *rating*, obliga cada día a más. Así las cosas, no tardaremos en ver una campaña como la lanzada en 1997 por la cadena ABC en Estados Unidos.

«Ocho horas al día, no te pedimos más», decían con cierta sorna las vallas publicitarias y los anuncios a toda página. Las grandes cadenas estaban preocupadas porque en un solo año habían perdido millón y medio de audiencia. Entonces llegaron los letreros, incitando a que la gente viera televisión indiscriminadamente: «La vida es corta, ve TV»; «El sillón es tu mejor amigo»; «No te preocupes, aún te quedan millones de neuronas»...

Por lo visto y leído, hay muchos intereses económicos en juego, demasiada gente empeñada en que no despeguemos los ojos del televisor. El simple hecho de que se desaten feroces batallas a nuestra costa debería darnos que pensar: «¿A qué precio estamos

vendiendo nuestro tiempo libre?».

TODOS CONTRA LA TELEBASURA

Tenía que estallar por algún lado. Las grandes cadenas, en su guerra sin escrúpulos, subestimaron sin duda la pasividad de sus víctimas. Jugaron a alimentar nuestros sucios instintos y acabaron naufragando en un pozo de aguas fecales…

Clamor popular contra la telebasura. Sindicatos, consumidores, vecinos, padres de alumnos, cineastas, escritores, todos unidos para condenar «el morbo, el sensacionalismo y el escándalo» que nos salpica todos los días desde la pequeña pantalla. El mismo espíritu que alentó en tiempos la lucha por las libertades civiles impulsa ahora el manifiesto ciudadano contra las bajezas televisivas. Veinte años para llegar a esto: «Tras la apariencia hipócrita de preocupación y denuncia, los programas de telebasura se regodean en el sufrimiento, en la muestra más sórdida de la condición humana, en la exhibición gratuita de sentimientos y comportamientos íntimos».

Las primeras conquistas no se hicieron esperar: programas retirados por la presión de la audiencia, creada la figura del Defensor del Telespectador, propuesta para un código ético de contenidos televisivos… Pero tarde o temprano la telebasura vuelve a aflorar, en forma de telenovela, *reality-show*, consultorio sexológico o revista rosa. Se trata, tal vez, del residuo más reciclable.

Ante semejante perspectiva, la opción más fácil sería importar la receta de TV-Free America y apagar de una vez por todas la televisión. Aunque hay quien apuesta por una actitud «más crítica, constructiva y comprometida». Mercedes Álvarez, portavoz de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR):

«El poder que tiene la televisión es tremendo, y como ciudadanos no podemos quedarnos cruzados de brazos. Están en juego nuestros derechos, y también nuestro dinero. No hay que dar

por perdida la batalla; tenemos que exigir calidad y reivindicar el papel activo del televidente. La pasividad es nuestro peor enemigo».

Desde 1985, el activismo televisivo ha cobrado una inusitada fuerza en España: cien mil ciudadanos —en su calidad de espectadores— están inscritos en asociaciones que denuncian indistintamente el exceso de violencia en la programación infantil, la indignidad con que se explotan las tragedias personales, la sobredosis de sexo en horas nocturnas o la saturación publicitaria.

«La gente está indignada por lo que ve, y todos los días recibimos decenas de llamadas de protesta —explica Mercedes Álvarez—. Los telespectadores necesitan desahogarse, y nosotros les sugerimos que bloqueen las centralitas de las cadenas y les inunden de cartas».

Aparte del buzón de quejas, la Asociación de Telespectadores dispone de un servicio telefónico de orientación sobre la programación televisiva y edita cada dos meses una revista, *ATR*, en la que se publican «listas negras» de anunciantes que esponsorizan los programas «indeseables». Sus miembros imparten también charlas educativas dirigidas sobre todo a las amas de casa, las más proclives —junto a los ancianos— a la adicción televisiva.

El siguiente objetivo son las escuelas: parece llegado el momento de enseñar a los niños a defenderse por sí solos contra los efectos secundarios de la tele.

«En los próximos años asistiremos a numerosas iniciativas para la formación crítica de los telespectadores», vaticina el profesor Francisco Iglesias, autor de *La televisión dominada*. «Seguiremos el mismo camino que en Estados Unidos: la gente tiene que aprender a manejarse en el laberinto de los medios».

La posibilidad, aún reciente, de elegir entre decenas de canales tiene despistados a los españoles… «Hay como una psicosis ante lo que se está viniendo encima; aunque, de momento, el señuelo es el fútbol. Con el tiempo, acabarán fragmentándose las audiencias: los espectadores valorarán la información restringida, aunque tengan que pagar por ella. Se darán cuenta de que la información, cuanto más cuantiosa, menos valiosa».

Ante tan abrumadora oferta, ¿nos pasaremos aún más horas delante de la tele? «Más es casi imposible —responde el profesor Iglesias—. Estamos en los primeros puestos de Europa; le dedicamos

a la televisión veinte veces más tiempo que a leer libros. Poco a poco está surgiendo un "neoalfabetismo": gente que sabe leer pero no lee, que sabe escribir pero no escribe».

«LO QUE ME ECHEN»

Siete de cada diez televidentes confiesan sentarse regularmente a ver «lo que les echen». Se sumergen en el sofá con la ingenua pretensión de relajarse tras un día agotador. Acarician el mando a distancia como si fuera la lámpara mágica de Aladino. Y al cabo de media hora, tal vez más, pulsan el botón de *off* y proclaman indignados: «¡Qué vergüenza de programación!».

Así hasta el día siguiente, idéntica rutina. Parece que hubiera una misteriosa conexión entre el hecho de abrir la puerta y correr a ver qué ponen en la televisión.

Esa actitud mecánica es la que ayudan a combatir en los cursos de «alfabetización mediática», que en países como Canadá, Australia o Gran Bretaña se imparten desde hace más de una década en institutos y escuelas. Aprender a ver televisión desde niños es ya tan imprescindible como familiarizarse con los periódicos o navegar a conciencia por Internet.

Primera lección: cuanto más canales a nuestro alcance, más necesaria se hace la labor previa de selección. El zàping, amén de una pérdida imperdonable de tiempo, contribuye a crear un efecto de saturación mental.

Hay que resistir la tentación de usar el mando incluso para huir de la publicidad. La única manera realmente efectiva de escapar al bombardeo propagandístico es reduciendo el tiempo que le dedicamos a la televisión (en 1997, las grandes cadenas tocaron techo en España: casi veinte minutos de anuncios y autopromoción por hora de emisión).

En lugar de encender indiscriminadamente la televisión, deberíamos fijarnos un horario y nunca superar la duración media de cualquier película: en torno a las dos horas. Sobre todo, conviene ser riguroso con el momento de echar el cierre y evitar que sea sistemáticamente la televisión quien nos dé las buenas noches.

Las últimas noticias del día no son precisamente lo más aconsejable para conciliar el sueño. Más bien todo lo contrario: pueden provocarnos una ansiedad y una tensión innecesarias. Pese a la creencia general de que no se ha inventado mejor somnífero que la televisión, está demostrado que nuestra mente no descansa viéndola.

Por esa razón, y por muchas otras, los profesores de alfabetización mediática desaconsejan la presencia de la pequeña pantalla en los dormitorios. A los niños los aísla del entorno familiar. Entre las parejas, se convierte fácilmente en un elemento de discordia nocturna. En uno y otro caso, la tele es más un «ladrón» que un guardián del sueño.

Los expertos sugieren un solo receptor por casa; de esa manera, la pequeña pantalla puede volver a ser el «brasero» que convoca a la familia, en vez de convertirse en el elemento disgregador por excelencia. Con la programación a la vista, la familia votaría democráticamente el *show* de la noche. Y en lugar de dejar la tele encendida hasta que alguien la apague, se podría orquestar una charla a continuación sobre lo visto u oído.

Otra de las razones por las que nos pasamos horas y horas delante de la televisión es por su constante disponibilidad. Si en vez de ser el elemento más grande y visible del mobiliario estuviera en una habitación aparte o camuflada discretamente en un armario, el tiempo que le dedicamos caería en picado. Para empezar, cenaríamos más tranquilos y recuperaríamos el placer de la conversación en torno a la mesa, sin la molesta voz en *off* haciéndonos un recuento pormenorizado de las últimas tragedias.

Antes de abonarnos a una televisión a la carta, convendría plantearse si no sería más conveniente y barato sacarle todo el partido al vídeo, no ya para grabar los programas favoritos sino para poder ver —sin los molestos cortes publicitarios— un par de buenas películas a la semana.

La alfabetización mediática, para niños o adultos, pasa también necesariamente por un cambio radical en nuestra actitud como espectadores. En las antípodas de «lo que me echen», se puede y se debe presionar para exigir un modelo de televisión que no sólo tenga en cuenta nuestra vertiente de insaciables consumidores.

La televisión pública y las autonómicas deberían dejar de hacer

sombra a las privadas en la lucha del *rating*. Los canales locales y los alternativos están ya embarcados en esa misión. Su función, como en tantos otros países de nuestra órbita, tendría que ser la de estar al servicio del ciudadano, cubrir las lagunas educativas y apostar por la calidad. En suma, ayudarnos a hacer las paces con un medio cada vez más hostil y agresivo que ya sólo nos provoca dos cosas: resignación e indignación.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA MODERAR EL USO DE LA TELEVISIÓN

- Cambie la disposición del salón de su casa: que el sofá o la mesa del comedor no estén directamente «enfocados» hacia la televisión.
- Desplácela a un lugar menos visible, de modo que el hecho de verla suponga ya un esfuerzo (existen librerías-armario pensadas precisamente para guardarla cuando no se use).
- Nunca instale una televisión en el dormitorio o en la cocina. Confórmese con un solo receptor.
- Si vive en familia, establezca horarios y reglas de uso (si tiene niños, existen dispositivos que le permiten bloquear su funcionamiento temporalmente).
- Enciéndala a conciencia, sabiendo de antemano el programa que va a ver y nunca con la actitud de «a ver qué echan».
- Renuncie al mando a distancia y a la tentación del záping.
- Nunca cene ni coma con la televisión puesta (ni por supuesto adopte el hábito americano de la *TV-dinner*, cenar en el sofá con una bandeja de comida-basura, un litro de bebida refrescante y una bolsa de palomitas).
- Si tiene un vídeo, utilícelo como sustituto en vez de como complemento; al menos es usted el que elige y no sufre el incordio de la publicidad.
- Si decide renunciar totalmente a la televisión, sea paciente: el «síndrome de abstinencia» le durará como mínimo un mes.
- Si tiene niños, participe con ellos en un plan de actividades alternativas: desde jugar a las cartas a leer en voz alta, pasando por escuchar música, dibujar, hacer deporte, iniciarse en algún *hobby*, etc., etc.

ATRAPADOS EN LA RED

¿QUÉ HA HECHO EL ORDENADOR POR NOSOTROS?

El canto de sirenas que acompaña al «boom» de los ordenadores ya lo escuchamos antes, allá por los años cincuenta, cuando la televisión entró con alevosía y nocturnidad en los hogares. Lo que está por ver es si la «segunda pantalla» acabará irrumpiendo de la misma manera en nuestro quehacer cotidiano; si además de trasladarnos a un universo virtual y marcarnos la pauta en el trabajo será capaz de ayudarnos a sacar un jugo real a nuestras vidas.

O si, por el contrario, nos volverá más esclavos, más herméticos, menos humanos.

Cuatro de cada diez hogares americanos contaban ya en 1997 con un ordenador personal y treinta millones de usuarios tenían acceso a Internet. En España, la pantalla «inteligente» no llegaba aún al 20% de las casas por las mismas fechas, aunque el número de internautas superaba ya el millón y crecía a un ritmo galopante.

Para engancharse a la red, según una encuesta de Nuke Internetwork, la gente renuncia mayormente a la televisión y a los videojuegos, aunque ya ha comenzado a robarle tiempo a actividades tan placenteras como dormir, leer un libro o salir con los amigos. Las prácticas deportivas también se resienten, y es que a partir de ahora seremos animales doblemente sedentarios.

Acabaremos convirtiéndonos en «cosmopolitas domésticos», si damos por buena la visión del futuro que anticipa Javier Echeverría, catedrático de Filosofía de la Ciencia. La suya es una radiografía optimista de lo que nos espera: «Telecasas abiertas al mundo y no sólo al entorno inmediato».

Entramos en el salón virtual y ahí está, el «teleputer», prodigiosa combinación de lo que antes eran el teléfono, la radio, el fax, la televisión y el ordenador. Con él podremos comprar a distancia,

ordenar una transferencia bancaria, poner una videoconferencia, elegir entre cientos de servicios a la carta.

La frontera entre lo privado y lo público se evapora, predice Echeverría. Ya no seremos meros telespectadores; podremos participar activamente desde nuestras casas. La cultura hogareña se internacionaliza. La «revolución doméstica» está en marcha...

Una visión muy distinta, tirando a catastrofista, es la que adivina Theodore Roszak, autor de *The cult of information (El culto a la información)*: «Si cedemos al ordenador el control de nuestras vidas privadas, los hogares se convertirán en asépticos "centros informativos" y las familias quedarán a merced de las tecnologías. Cuando falle la "conexión", los niños no podrán aprender, seremos incapaces de planificar nuestros días, posiblemente la cena no llegará a la mesa».

Los ordenadores nos harán tanto o más dependientes que la televisión, augura Roszak. Levantarán barreras personales dentro y fuera de los hogares. Nos robarán tiempo y dinero. Nos exigirán pleitesía diaria y nos engancharán a un rosario de necesidades creadas. Harán de nosotros auténticos «cavernícolas electrónicos».

Seremos capaces de viajar virtualmente hasta Australia o Alaska, pero nos aislaremos cada vez más de nuestro entorno, atrapados en una suerte de «tecnosfera». El ordenador no sólo velará nuestros sueños y nos despertará por la mañana; acabará procesando, lo está haciendo ya, hasta el último rescoldo de nuestra intimidad. Nuestras relaciones amorosas, y también las sexuales, pasarán inevitablemente por su filtro.

Roszak tampoco comulga con el mito de la pantalla «inteligente» frente a la «caja tonta»: «El ordenador no es más que una herramienta para procesar información. En todo caso podrá ilustrar o decorar ideas, pero nunca crearlas [...] El ordenador no piensa por nosotros. Es más, con su sistemático bombardeo de información puede más bien surtir el efecto contrario: sobrecargar nuestra mente, impedir que fluyan libremente las ideas».

Razón no le falta a Roszak: dos terceras partes de la rutina habitual en un ordenador se la lleva el fatídico ratón. A golpe de «click», entramos o salimos de un fichero, enviamos o recibimos datos, agilizamos rutinas, encomendamos tareas... Tal vez seamos más diligentes, pero no necesariamente más inteligentes.

Lo que sí ha conseguido el ordenador es ahorrar desplazamientos, absorber puestos de trabajo y abaratar los costes. Aun así, su introducción masiva en las empresas no ha supuesto la revolución tantas veces anunciada: ni la productividad se ha disparado, ni los empleados han mejorado sus condiciones laborales.

Las oficinas, con sus baterías de ordenadores que recuerdan a las cadenas de producción, han adquirido un aspecto de sospechoso automatismo. El tiempo es un bien cada vez más escaso; las jornadas se eternizan. El teletrabajo, de momento, sigue siendo una quimera al alcance de unos pocos.

«¿Qué ha hecho últimamente el ordenador por nosotros? —se preguntaba Louis Uchitelle en las páginas del *New York Times*—. La eficiencia y la productividad han dejado paso a la basura acumulada en el e-mail y a los "solitarios" electrónicos».

Demostrado ya hasta dónde ha dado de sí el ordenador en el apartado «producción», visto que no ha conseguido liberarnos de nuestras pesadas cadenas, parece llegado el momento de explotar sus enormes posibilidades como instrumento de consumo.

Durante los años ochenta, Internet fue un coto privado al que sólo tenían acceso investigadores, estudiantes y empresarios privilegiados. Hasta que de pronto convergieron los intereses comerciales, y lo que empezó como una red secreta para usos militares terminó cuajando en el invento más celebrado, idolatrado y publicitado de la era de las telecomunicaciones.

Internet ha traído consigo una renovada mística tecnológica. Gracias a «la red de redes» —predicen sus profetas— seremos capaces de ensanchar sin límites nuestro conocimiento, de enriquecer nuestras relaciones, de crear comunidades virtuales, de transformar el mundo. También podremos desdoblar nuestra personalidad, alimentar nuestros deseos ocultos, suplir todas nuestras carencias.

El menú de «bondades» es tan largo que puede resultar indigesto. Aunque el atracón resultaría incompleto sin la guinda final: todo lo que usted siempre quiso comprar y nunca se atrevió a…

«Internet está ya polucionado de anuncios y firmas comerciales, de productos espectaculares y de vigilantes que paulatinamente se

apostan con armas y cámaras de seguridad —denuncia Vicente Verdú en las páginas de *El País*, versión electrónica—. El sueño de un espacio de saber gratuito y de convivencia a disposición de los ciudadanos se ha desvanecido».

Verdú nos alerta contra el saqueo de Internet, que ya tiene poco de aquel hipermercado de ideas que un día fue. Con el tiempo se está convirtiendo en una prolongación más del entramado consumista que nos rodea, en una especie de alegórica «Ciberamérica», dispuesta a conquistar nuestras mentes y nuestros bolsillos a cualquier precio.

Ahora comienza a hablarse de la fusión de Internet y la televisión, de las enormes posibilidades que pueden tener juntos dos medios que parecían a todas luces irreconciliables. Con un mando a distancia, seremos capaces de elegir desde el sofá entre un abanico florido de opciones: telecompra, telebanco, cientos de revistas y periódicos, educación a distancia, cibercharlas, correo electrónico… ¿Necesitamos todo esto o ya tenemos bastante?

«CIBERYUPPIES» CONTRA «NEOLUDITAS»

Unos no conciben la vida sin una dosis diaria de ordenador, otros se refieren a él como la «pantalla enemiga». Unos han hecho del culto a las máquinas su razón de ser, otros han declarado la guerra abierta a todo lo que huele a tecnología. Unos y otros, «ciberyuppies» y «neoluditas», andan enzarzados en una batalla desigual y silenciosa.

Los «ciberyuppies» son la versión reciclada del clásico ejecutivo años ochenta. Su credo de vida sigue siendo el mismo: poder, ambición, dinero. Visten traje a la antigua usanza o van descorbatados a lo Bill Gates, y son cada vez más jóvenes, con ese brillo opaco en las pupilas que denota las horas quemadas (de ocho a dieciséis, todos los días) delante de la sacrosanta pantalla. Con un «arsenal» a la última —celular, ordenador personal, tarjeta de visita con la inevitable @— se han lanzado a la conquista de Internet como si fuera Eldorado del siglo XXI.

Los «neoluditas» van de soñadores y utópicos por la vida, como si los tiempos que corren no fuesen con ellos. El nombre lo toman prestado de los leales seguidores del «general» Ned Ludd en su particular guerra contra la revolución industrial en Inglaterra. ¿Sus consignas? «No» a Internet, «no» al correo electrónico, basta de tanto artilugio que no sirve más que para robarnos el tiempo y complicarnos la existencia.

Aunque suelen pasarse el día entre cuatro paredes, los «ciberyuppies» son bastante más visibles. Los medios de comunicación los glorifican como los nuevos triunfadores fin de siglo, jóvenes *jasp* dotados de una prodigiosa habilidad para amasar fama y dinero. Hablamos de gente como Marc Andersen, fundador de Netscape y multimillonario a los veinticuatro años por un campanazo de software, o como David Filo y Jerry Yang, los genios

imberbes de Yahoo.

Para todos ellos el ordenador es la llave que abre la puerta a una dimensión hasta ahora insospechada en nuestras vidas. Profesan de alguna manera un culto tan exclusivista y enigmático como el de la masonería; la revista *Wired* es su Biblia. Son los «microsiervos» de los que habla Douglas Coupland en su novela, tipos solitarios y onanistas que encuentran en el teclado una fuente inagotable de satisfacción. «La realidad está muerta», es su lema. El mundo exterior les acaba resultando plano y aburrido; lo único que les estimula de veras es el universo paralelo de la red.

Los «neoluditas», en el otro extremo, sostienen que toda tecnología es perniciosa mientras no se demuestre lo contrario y se agrupan en asociaciones como el Lead Pencil Club, que reivindica la olvidada costumbre de escribir a mano, o en Círculos de Estudio, consagrados al perdido arte de la conversación cara a cara. Hacen mucho menos ruido que los «ciberyuppies»; son más impopulares e incomprendidos por los medios de comunicación. Y si alguna vez acaparan portadas es para alimentar el morbo de la cultura dominante (¿quién no ha oído hablar del *Unabomber*, el eremita que desde su cabaña a pie del lago enviaba bombas contra todo lo que olía a progreso?).

La madrina de los «neoluditas» es la psicóloga Chellis Glendinning, autora en 1990 del manifiesto «Cuando la tecnología hiere», donde decía más o menos esto: «Nos hallamos en la misma tesitura que los primeros "luditas". Somos gente desesperada intentando proteger nuestras vidas, nuestras comunidades y nuestras familias, que están al borde de la destrucción por culpa del avance sin control de las nuevas tecnologías».

El testigo lo recogió a mediados de los noventa Kirkpatrick Sale, un tipo con saludable aspecto de leñador que no se conforma con palabras y pasa directamente a la acción: cuando le piden que exponga en público su credo antitecnológico, aprovecha la ocasión para liarse a martillazos con un ordenador: «¿Queda clara cuál es mi postura?».

Kirkpatrick Sale es además el autor de un irreverente libro —*Rebels against thefuture (Rebeldes contra el futuro)*— que recrea la revuelta encabezada por Ned Ludd allá por 1811. La «informática» de entonces era la ingeniería textil: el general Ludd y sus

incondicionales seguidores tuvieron la osadía de retar al poder y defender con pistolas y martillos «la existencia humana frente a la agresión del industrialismo». La revuelta fue aplastada en año y medio, y desde entonces la leyenda del general Ludd rivaliza con la de Robin Hood en los bosques de Nottingham...

Sale acometió el libro con su vieja máquina de escribir. Se jacta de ser «un inepto informático» y se niega por principio a utilizar el ordenador. Lo del ciberespacio le parece ya el no va más, «un camelo alimentado por la fiebre consumista».

A parecida conclusión, sólo que por una vía muy distinta, ha llegado Clifford Stoll, pionero del espionaje informático y autor de *Silicon Snake Oil*, autocrítica mordaz contra la sociedad tecnocrática. «A veces sigo teniendo sentimientos ambivalentes, y me entran ganas de volver a engancharme al correo electrónico y a las charlas *on line* —escribe—. Pero creo que va siendo hora de levantarse y decirle a la gente: "No se están perdiendo nada. El ciberespacio es un universo irreal, la nada absoluta."»

Los arrepentidos del ciberespacio cuentan ya casi con sección propia en las librerías americanas, en reñida competencia con los apóstoles de la tecnología. Entre los más sonados, Stephen Talbott, autor de *The future does not compute (El futuro no computa)*. «¿Pueden los ideales humanos sobrevivir a Internet? —se pregunta Talbott—. Me parece que hay razones de sobra para echarse a temblar: caminamos hacia un automatismo muy peligroso».

«Sigo conectado —dice Talbott—, porque es muy cómodo para mi trabajo de editor. Pero mi relación con la tecnología ha cambiado radicalmente después de catorce años trabajando con ordenadores. No creo en absoluto en la "libertad digital"; en cuanto te descuidas un poco, corres el riesgo de convertirte en esclavo».

Talbott, que comenzó abrazando a ciegas el credo «ciberyuppie», confiesa sentirse cada vez más cerca de los «neoluditas». Aunque su propuesta final es más bien conciliadora: «A Dios lo que es de Dios, y a la tecnología lo que es de la tecnología».

«CIBERYUPPIES»

Libros de cabecera: *Neuromante*, de William Gibson, y *El futuro por delante*, de Bill Gates.

Modelos: Marc Andersen, fundador de Netscape. Su lema: «La realidad está muerta». Sus valores: dinero, trabajo y ciberespacio. Proclaman: la libertad digital (la tecnología nos hace más libres).

Afirman que las nuevas tecnologías nos abren unas posibilidades de comunicación ilimitadas.

Practican el fetichismo tecnológico.

Revista favorita: *Wired.*

Pasatiempo favorito: bucear en Internet.

Se sienten poderosos con un teclado en las manos (los hay que se declaran *mudanons* o ciberadictos anónimos).

Horas diarias delante del ordenador: de ocho a dieciséis (frecuentemente a altas horas de la madrugada).

Puntos de encuentro: ciberespacio, cibercafés, fiestas multimedia.

Profesiones: creadores de software, técnicos informáticos, asesores financieros, agentes bursátiles, diseñadores gráficos, arquitectos, publicistas, abogados, «ciberperiodistas».

«NEOLUDITAS»

Libros de cabecera: *Cuando la tecnología hiere*, de Chellis Glendinning, y *Rebeldes contra el futuro*, de Kirkpatrick Sale.

Modelo: Ned Ludd, cabecilla de la «contrarrevolución» industrial.

Su lema: «¡Desconéctate!».

Sus valores: escala humana, relaciones personales, vuelta a la naturaleza.

Denuncian: la tiranía tecnológica (las máquinas nos hacen esclavos).

Sostienen que las nuevas tecnologías fomentan la soledad, el estrés y el individualismo exagerado.

Defienden la simplicidad como estilo de vida.

Revista favorita: *Utne Reader* (lo mejor de la prensa alternativa).

No ven televisión.

Se sienten inútiles delante de un teclado (los hay que se declaran abiertamente tecnófobos).

Renuncian a Internet y al correo electrónico.

Horas diarias delante del ordenador: las mínimas e imprescindibles (preferiblemente, ninguna).

Puntos de encuentro: círculos de estudio, tertulias, espacios naturales.

Consideran el ciberespacio como el último camelo comercial.

Profesiones: escritores, naturalistas, artistas, críticos sociales, granjeros, pequeños comerciantes.

CIBERADICTOS ANÓNIMOS

«Por favor, decidme que no es verdad, decidme que no son las cuatro de la madrugada del miércoles y que no llevo tres días aquí enganchada».

«Mi nombre es "Sinergia" y soy una "yonqui" de la red. Me paso las noches en vela «surfeando» mientras mis padres duermen».

«S.O.S. Mi hermano lleva dieciséis horas sin despegar los ojos de la pantalla y creo que va a enloquecer».

Mensajes como éstos llegan todos los días a Netadictos Anónimos, la vía de escape de cientos de internautas para superar su dependencia enfermiza y retomar el timón de sus vidas. Lo que empezó como una ligera sospecha es ya una epidemia sin fronteras, tipificada por la Asociación Americana de Psicólogos como el «Internet addiction disorder».

Ansiedad, insomnio, irritabilidad, inestabilidad emocional, incomunicación absoluta. Los síntomas de la adicción a Internet son los mismos, o muy parecidos, a los que sufren los jugadores empedernidos. Y sus efectos también: crisis personales, bajo rendimiento laboral, rupturas matrimoniales.

En los periódicos americanos aparecen ocasionalmente historias como la de Pamela Albridge, que perdió la custodia de sus dos hijos porque el juez consideró que su adicción a Internet —¡hasta doce horas diarias!— era incompatible con sus deberes de madre. O como Sandra Hacker, un ama de casa de Cincinatti, denunciada por su marido por idéntico motivo.

En España no hemos llegado aún a esos extremos, aunque a las consultas de los psicólogos están llegando casos como el de P. R., cuarenta y cuatro años, casado y con tres hijos, aficionado a los ordenadores por «desviación» profesional... Su horario laboral empezó a prolongarse más de lo debido, hasta que llegado un momento decidió traerse el trabajo a casa. Con esa excusa se

encerraba en su despacho a las nueve de la noche y no desconectaba el ordenador hasta las cinco de la madrugada. Su esposa se lamentaba de que no hacía vida familiar, no jugaba con los niños, apenas comía o dormía. La fatiga, la apatía y los problemas de rendimiento acabaron por salpicar también su trabajo. Pero P. R. se negaba a reconocer su adicción, hasta que su mujer lo convenció para que acudiera a un neurólogo. De ahí, al diván del psiquiatra, que le impuso un tratamiento de desintoxicación: su mujer haría de vigilante y le ayudaría a superar el síndrome de abstinencia.

El psiquiatra Francisco Alonso-Fernández ha trazado incluso un perfil del «ciberadicto» español: joven, entre dieciocho y treinta años, preferentemente varón, con un posible trastorno subyacente y una gran propensión a negar su problema y a arrastrar su condición de «adicto invisible». Si los cálculos realizados fuera nos valen, debe de haber en nuestro país unos treinta mil «yonquis» de la red.

En Estados Unidos, curiosamente, las víctimas más habituales son las mujeres. La doctora Kimberley Young, de la Universidad de Pittsburgh, fue la primera sorprendida de los resultados cuando lanzó un globo sonda en la red: «Se buscan usuarios que pasen más de tres horas "surfeando" todos los días».

Llovieron voluntarios: trescientos noventa y seis casos. El 65% resultaron ser «ciberadictas», la gran mayoría de edad media. Confesaron haberse lanzado a la red más por la novedad que por la utilidad. Algunas reconocieron pasarse hasta cuarenta horas semanales enganchadas, y muchas admitieron que no sabían poner límites entre el uso profesional y personal. Las «cibercharlas» y el correo electrónico son las dos actividades que más dependencia parecían crear. Respuesta habitual: «Me meto en el "web" con la intención de buscar una información y termino curioseando por aquí y por allá. Cuando quiero darme cuenta, han pasado de dos a tres horas».

Kimbcrley Young, pionera en el estudio de la adicción a Internet, confiesa que la inquietud le surgió cuando ella misma notó los primeros y preocupantes síntomas: «Se empieza perdiendo poco a poco el control e incrementando inconscientemente las horas que uno pasa delante del ordenador. Así hasta que la conexión diaria se convierte en una obsesión y en una prioridad absoluta, por delante

del sueño, de la familia y de los amigos».

«Decenas de miles de personas utilizan Internet no para obtener información, sino como una manera de huir de sus problemas y buscar una satisfacción inmediata —certifica la doctora Young—. Los efectos secundarios son los mismos que los de cualquier otra adicción, como las drogas, el alcohol o, sobre todo, el juego».

En el hospital McLean de Boston funciona desde 1996 la primera unidad clínica especializada en el tratamiento de ciberadictos. La Universidad de Pittsburgh abrió ese mismo año su Centro de Adicción On Line; en Harvard, Maryland y Michigan hay servicios similares en los campus, donde la adicción a Internet se propaga como el peor de los virus. A disposición de cualquier usuario existe ya una decena larga de grupos de apoyo *on line*, con nombres tan autocríticos como El Cementerio Internet o Ciberviudas.

J. C. Henz, una joven periodista americana, también se arrojó ingenuamente a la red en su época de estudiante. Al poco de licenciarse, decidió vender su idea a un editor: convertirse en internauta, explorar hasta el último rincón del universo paralelo y, por supuesto, contarlo todo en un libro, *Surfing the Internet (Surfeando en Internet)*.

Ocho meses duró su particular odisea desde la base de operaciones en Miami, a razón de nueve o diez horas diarias. El viaje empezó delirantemente bien —«¡No puedo creerlo! ¡Qué maravilla!»— pero se fue convirtiendo en un auténtico suplicio. «Llamaba cada dos por tres al editor para decirle que se olvidara de la idea, que me estaba volviendo loca». El libro acaba con un suicidio virtual: «No lo soporto, me estoy poniendo enferma, me dan náuseas [...] Me río cuando me acuerdo de lo entusiasta y apasionada que era al principio [...] No más "cibercharlas", no más correo electrónico. Lo que necesito es un buen sueño [...] Adiós, muchachos, me voy definitivamente de aquí... NO CARRIER».

J. C. Henz estuvo a un paso de acabar como Angela Bennet, la protagonista de la película *La red*... Encerrada en su casa-búnker de Los Ángeles, Bennet no conoce a los vecinos, ha perdido el contacto con la familia y vive en su propia cárcel de relaciones fantasma. Sólo «habla» con personajes incorpóreos que, al igual que ella, han convertido el teclado en su segunda voz. Utiliza la pantalla hasta para ponerle colorines a una telepizza que, desgraciadamente,

tendrán que traérsela en mano (aún no se ha inventado la comida *on line).*

El director Irwin Winkler se inspiró en su propia esposa para dar cuerpo al personaje: «Recuerdo que llegaba a casa de noche y allí me la encontraba, enganchada al ordenador. Me decía: "Hola, cariño, estoy aquí." Pero al rato volvía a imantarse a la pantalla y en realidad era como si no existiera. Se me ocurrió la idea de alguien tan atrapado en el laberinto tecnológico que acabara perdiendo definitivamente su identidad y "desapareciera" en la vida real».

¿ES USTED CIBERADICTO?

- ¿Suele pasar delante del ordenador más tiempo del que inicialmente se propone?
- ¿Pierde con frecuencia el control mientras está navegando *on line* y acaba haciendo cosas que no se había propuesto?
- ¿Se acuesta más tarde de lo que solía o se levanta más temprano para engancharse al ordenador?
- ¿Ha perdido días de trabajo o de clase porque se sentía fatigado después de una larga sesión de Internet?
- ¿Nota ansiedad e irritabilidad o se siente deprimido cuando no está *on line*?
- ¿Usa el correo electrónico para comunicarse con amigos a los que ve frecuentemente?
- ¿Utiliza la red para hacer amigos y/o para entablar relaciones amorosas?
- ¿Ha renunciado a alguna actividad social o de ocio para pasar más horas en Internet?
- ¿Se siente incapaz de renunciar a Internet pese a tener graves problemas familiares o financieros?
- ¿Ha intentado reducir —sin demasiado éxito— la cantidad de horas semanales que pasa en Internet?

(Si ha respondido afirmativamente al menos a siete de las diez preguntas, usted puede considerarse como un adicto a Internet.)

Fuente: University of Pittsburgh Research Review.

¡A JUGAR!

Eficiencia. La introducción masiva de los ordenadores en las oficinas se hizo en nombre de la productividad y la eficiencia. Tareas que antes requerían el uso de aparatosos ficheros, incontables búsquedas y diligentes secretarias quedaron reducidas a un doble «click» del ratón o a un leve juego de teclas.

Con lo que nadie contaba era con la vertiente lúdica de la pantalla «inteligente», ese poder magnético que tiene para arrastrarnos siempre un poco más allá, seducidos por la golosina visual…

Un policía de tráfico de Minneapolis fue despedido en 1996 porque en vez de usar el ordenador para supervisar el estado de las carreteras lo utilizaba para jugar al *strip poker* (una partida ficticia contra una modelo que se va desnudando prenda a prenda cada vez que pierde). Miles de trabajadores espían a diario la edición *on line* de la revista *Playboy* en cuanto el jefe se da la vuelta. Juegos como el solitario o el tetris —que consiste en ir encajando ladrillos virtuales— se han convertido en el pasatiempo favorito en las oficinas.

«¿Dónde ha jugado usted por última vez con el ordenador?». «En el trabajo», contestaron sin rodeos el 23 % de los encuestados en 1995 por el gabinete Coleman & Associates.

En otro estudio, realizado un año después por Webster Network Strategies, se descubrió que el trabajador norteamericano pierde al día una hora y media entreteniéndose con el ordenador en asuntos que poco o nada tienen que ver con su trabajo. Traducido a una empresa de mil trabajadores, las pérdidas estimadas serían de mil quinientas horas diarias.

Curiosa paradoja: el ordenador, principal «ladrón» de eficiencia en las empresas. Su implantación ha supuesto un cambio radical en los hábitos de trabajo, pero ni los empresarios han sacado el

suficiente partido económico ni los empleados han ganado el tiempo ahorrado por la máquina. En todo esto incide Michael Finley, autor de un libro que deja en el aire el enigma: «¿A dónde han ido a parar los beneficios de la productividad?».

Finley le dedica también un apartado a los trabajadores ludópatas, capaces de renunciar incluso a la pausa del almuerzo o a prolongar su horario laboral para engancharse a su juego favorito: «Muchos de nosotros somos incapaces de abandonar un juego en el ordenador mientras no hayamos ganado la partida. Y después hay que repetirlo una vez más, para probarse a uno mismo que no fue una simple casualidad».

La fiebre ludópata en las oficinas es también el pan de cada día en España. Laura Sanz, diseñadora gráfica en una empresa madrileña de publicidad, reconoce haber caído más de una vez en la tentación: «Antes salíamos a tomar una cerveza al acabar la jornada; ahora, nos quedamos alguna que otra vez jugando a deshoras. Conozco gente que está de verdad enganchada, sobre todo hombres: se lo toman como un reto y hacen competiciones entre ellos».

Las empresas, alarmadas por la caída de la productividad, han comenzado a tomar medidas radicales. En 1995 Pepsi Cola fue una de las pioneras. Nada más encender la pantalla, el oficinista recibía un mensaje así de contundente: «El ordenador es estrictamente para trabajar». En una circular interna se advertía que las «distracciones» en el ordenador podían ser causa de despido.

Otras compañías han decidido instalar un programa especial de DVD Software conocido popularmente como «Games Bond, licencia para matar juegos», capaz de borrar de un plumazo cientos de «distracciones» grabadas en el disco duro de los ordenadores.

Mucho más difícil de controlar es el uso evasivo de Internet. A mediados de 1997, el 60% de las empresas norteamericanas estaban abonadas a la red, que con el tiempo ha demostrado ser un arma de dos filos. Los trabajadores no sólo pueden acceder al correo electrónico o a fuentes ilimitadas de información; también tienen las puertas abiertas a un mundo que les transportará a años luz de la mesa de trabajo.

Los oficinistas americanos pasan una media de diez horas a la semana conectados a la red desde la mesa de la oficina. El servicio

más habitual es el correo electrónico. La famosa arroba se utiliza no sólo para contactar con un cliente al otro lado del océano; también para contarle —en silencio— el último chisme al compañero/a que está al alcance de la mano…

@

«Tiene cien mensajes esperando...». Lo que hace falta es paciencia, ganas y tiempo para rebuscar en el buzón hasta encontrar algo de provecho, hacer una primera y una segunda criba, leer lo que proceda, decidir a quién se responde y a quién no, escribir a toda prisa.

El correo electrónico. Más barato que el teléfono, más accesible que el fax, más expeditivo que una carta. Para unos, el invento más provechoso de la era de las telecomunicaciones. Para otros, una novedad tan asombrosa como prescindible. Un engorro con arroba.

A Bill Gates le fascina, y no puede dejar pasar un día sin responder @ alguno de sus miles de comunicantes anónimos. Peter Bergman, vicepresidente de Canon Computer Systems, figura también entre sus más conspicuos aduladores: lo primero y último que hace a diario es abrir el buzón electrónico. Cada hora, puntualmente, comprueba si le han llegado nuevos mensajes; no importa que le pille en el coche o haciendo escala en un aeropuerto. Su ideal sería «tener una terminal de e-mail instalada en el cerebro». Lamentablemente, la tecnología no llega a tanto.

El correo electrónico, como todo lo relacionado con el mundo de los ordenadores, comienza conquistándonos en el trabajo. No se ha inventado nada más barato para comunicarse instantáneamente a distancia. Superado el pavor inicial, es sencillísimo de manejar, a prueba de tecnófobos. Además, gracias a él recuperamos el perdido hábito de escribir: tiene el empaque de una carta, con la premura de un telegrama.

Lo malo es que engancha. A poco que nos descuidemos, estaremos embarcados en una trepidante dinámica de pregunta-respuesta, lo más parecido a una partida de ping-pong. Si nos olvidamos de él, si decidimos no «jugar» durante unos días, los mensajes se apilarán por docenas. De modo que lo mejor es estar

prevenidos antes de entrar, y saber que teniendo dos buzones, uno real y otro virtual, estamos doblemente expuestos al «correo basura» y a la invasión de nuestra intimidad.

Las empresas, antes que nosotros, han descubierto las virtudes y defectos del invento, y si al principio abrazaron incondicionalmente la novedad por lo que terna de impagable ahorro, ahora están reculando e imponiendo un férreo control de puertas hacia dentro.

Computer Associates International, una compañía norteamericana de software, fue una de las pioneras en introducir el e-mail en la rutina diaria de sus trabajadores. El flujo electrónico desbordó las previsiones iniciales, hasta tal punto que los directivos de la empresa llegaban a despachar entre doscientos y trescientos mensajes diarios.

Una somera investigación interna descubrió que gran parte de las «misivas» tenían como remitentes y destinatarios a gente que trabajaba en el mismo departamento. La comunicación verbal entre los empleados bajó considerablemente, y su rendimiento se resintió también, por culpa del tiempo robado para actualizar el e-mail.

La compañía optó al final por decretar «períodos de abstinencia electrónica»: prohibido usar el e-mail entre las nueve y media y doce de la mañana y entre la una y media y las cuatro de la tarde. «La medida funcionó a la perfección», declaraba a la revista *Time* el presidente de la compañía, Charles Wang. «La gente rinde como antes y vuelve a hablar en los pasillos».

Del uso y abuso del correo electrónico puede hablarnos mejor que nadie Elizabeth Ferrarini, autora de *Confesiones de una infomaníaca*, capaz de digerir hasta setenta e-mails en una hora. En el trabajo amenazaron con despedirla si no interrumpía la práctica. Trasladó el vicio a su casa, donde se pasaba noches enteras carteándose con clientes, amigos y potenciales amantes. Tuvo un accidente y estuvo ingresada en un hospital. Está convencida de que se recuperó antes de tiempo por su ansia de llegar a casa y palpar la magia del correo electrónico: «Tienes cientos de mensajes esperando».

EL OJO ELECTRÓNICO

Viajar por Internet es lo más parecido a sentirse incorpóreo, invisible y anónimo. Sobre la pantalla, gozamos de una libertad plena para entrar donde queramos, fisgonear un rato y salir de un portazo, sin dejar rastro, sin que nadie nos vea... Aparentemente.

La realidad es tan impalpable como preocupante: miles de ojos electrónicos nos están vigilando. Con cada tecla que apretamos, vamos dejando una huella indeleble en el ciberespacio. Por eso conviene «surfear» con extremo sigilo, meditar cada paso que damos, pensárselo mucho antes de revelar cualquier detalle sobre nuestra vida privada, nuestra disponibilidad monetaria o nuestros gustos personales.

Internet es una auténtica «red» en la que pescan a diario las empresas de marketing directo. Y nosotros, los «peces» que ingenuamente mordemos el anzuelo a las primeras de cambio... En 1997 trascendió la noticia de que America Online traficaba con su fichero de ocho millones de abonados y facilitaba incluso la lista de artículos consumidos *on line* por sus clientes. Todo perfectamente legal, se excusó la compañía: los usuarios pueden pedir de antemano que su nombre y su dirección no vayan a parar a manos ajenas. ¿Alguien les advirtió a tiempo?

Ese mismo año se descubrió que Kellog's y McDonald's estaban usando la red para algo más que promocionar sus productos. A los niños que entraban en su *web site* se les sonsacaba información privilegiada sobre el sueldo del padre, la profesión de la madre o el cumpleaños de todos los miembros de la familia.

En 1990, las compañías Lotus y Equifax se propusieron comercializar un CD-ROM con datos «demográficos» de ochenta millones de familias americanas. La idea no cuajó por la oposición del frente pro-intimidad americano, alineado en asociaciones como Private Citizen o Computer Professionals for Social Responsibility y

publicaciones al estilo de *Privacy Journal* o *Privacy Times.*

A mediados de los noventa circulaban en Norteamérica unas quince mil listas de consumidores en manos de las empresas de marketing directo. Con el «boom» de Internet, es de suponer que los bancos de datos hayan ampliado y perfeccionado… De un modo más sutil al que imaginó Orwell, el Gran Hermano nos está vigilando, aunque no le preocupa tanto lo que pensamos como lo que ganamos y gastamos.

«La unión de la informática y las telecomunicaciones puede convertirse en una pesadilla», alerta Simón Davis, fundador de Privacy International. Davis anda embarcado en una cruzada sin fronteras contra la intrusión de las nuevas tecnologías en nuestra vida privada. «No hay que dejar que los sistemas de control informático se implanten de manera voluntaria, porque al final acabarán imponiéndose como obligatorios», dijo a su paso por España.

En nuestro país, la defensa del derecho a la intimidad no está tan arraigada como en Estados Unidos o los países centroeuropeos, aunque las demandas planteadas a la Agencia española de Protección de Datos están aumentando a un ritmo considerable en los últimos años.

«La informática pone tus datos en manos de más personas de las que imaginas», nos advierten los expertos… Internet no es ya el espacio vasto e inexplorado que un día fue; lo han tomado al asalto las mismas fuerzas que dictan las leyes del mercado, prestas a convertirlo en un gigantesco centro comercial por el que será imposible pasear anónimamente.

«Imaginemos la red como un tablero capaz de capturar los nombres, direcciones y datos de cualquier persona que cae en ella —nos invita a reflexionar Janlori Goldman, directora del Centro para la Democracia y la Tecnología en Washington—. Si ese fichero lo vamos ampliando luego con la información que esa persona está goteando todos los días, será facilísimo trazar un perfil de su estilo de vida».

No sólo nuestro estilo de vida; también nuestra trayectoria profesional nuestras preferencias culturales y, si nos descuidamos, hasta nuestro árbol genealógico. Carole Lane, experta en bancos de datos, demostró hasta dónde se puede llegar con Internet en su libro

Desnudo en el ciberespacio: cómo encontrar información personal «on line». Sus revelaciones causaron un pequeño gran revuelo en Washington: fue llamada a testificar en 1997 ante la comisión parlamentaria sobre el derecho a la intimidad.

Para evitar males mayores, la red ha creado ya su propio mecanismo de camuflaje: The Anonymizer. Conectando con su página en el *web* y pulsando el «click» en «Comienza a surfear anónimamente», uno puede deambular a sus anchas sin temor a ser desenmascarado.

LA CLAVE

Para funcionar hoy en día hace falta una memoria de treinta y dos megas. Si al número del carné de identidad le añadimos el de la tarjeta del cajero automático, el del teléfono de casa, el del trabajo, el del fax, el del móvil, el que sirve para desbloquear el móvil, el *password* del ordenador, el código para acceder a Internet y nuestra dirección completa del correo electrónico, nos saldrá una ristra interminable de dígitos. Sólo nos falta que para entrar en la oficina nos pidan también un número secreto. O que el portero automático sea de esos que funciona con clave.

Tanta tecnología para llegar a esto: el 75 % de los norteamericanos considera que la vida, en 1997, era bastante o mucho más complicada que una década antes (según una encuesta de Claris Corp para *USA Today*). Se diría que la irrupción masiva del ordenador y de los últimos avances de la telecomunicación han tenido un efecto perverso en nuestro quehacer cotidiano.

Telefónica despacha cada año a más de veintitrés mil despistados que olvidaron el código para desbloquear el móvil. Bankinter atiende todos los meses a unos trescientos clientes que «perdieron» el número de su tarjeta del cajero automático. A Microsoft Ibérica llaman al año unos mil abonados incapaces de recordar las claves para acceder a Internet.

En Estados Unidos, donde la revolución digital está aún más avanzada, hay quien ha calculado los números y letras combinados que hacen falta para desenvolverse en una vida normal: setenta y seis. A esa conclusión ha llegado Paul Dickson, autor de *What's in a ñame? (¿Qué hay en un nombre?)*.

Dickson denuncia la progresiva «numerización» de nuestras vidas y defiende el uso de los nombres como alternativa más humana. «Si los americanos fueron capaces de desenvolverse hasta 1936 sin necesidad de usar números, ¿por qué necesitamos hoy

tantos dígitos?», se pregunta. «¿Tal vez para estar más controlados?».

La llegada generalizada del ordenador a los hogares introducirá seguramente en nuestras vidas nuevas y complicadas claves. Para simplificar el problema, predicen los expertos, habrá que esperar tal vez un par de generaciones: cuando las máquinas sean capaces de reconocer las pupilas, la voz o las huellas digitales.

CIUDADANOS DIGITALES

La suerte está echada: tarde o temprano deberemos aprender a «dialogar» con las pantallas no sólo para sacar dinero, también para pagar los impuestos o iniciar los trámites de divorcio. Los quioscos electrónicos serán tan familiares como los cajeros automáticos y los ordenadores personales, entre otras cosas, servirán para ahorrarnos cantidad de trámites burocráticos. Habrá que conectarse por fuerza o resignarse a la condición de analfabetos digitales.

En Estados Unidos, el 29 % de la población se resistía tenazmente a abrazar las nuevas tecnologías aún en 1997. El grueso del pelotón era el de los «semiconectados»: seis de cada diez ciudadanos confesaban estar familiarizados con el uso del ordenador, pero no hasta el punto de pasarse noche y día pendientes del correo electrónico o permanentemente necesitados de navegar por Internet.

Un escaso 9% pertenecía a la categoría de los «conectados», también llamados «ciudadanos digitales»: usuarios habituales del ordenador portátil, del e-mail, de Internet y del teléfono celular.

La encuesta, realizada por Merrill Lynch para la revista *Wired*, dibujaba un perfil de los «ciudadanos digitales» muy alejado de los estereotipos… «Ni están alienados ni desconectados de la gente real o de las instituciones públicas. Están, por lo general, mejor informados, participan más en la vida política, le dedican más tiempo a la lectura de libros, ven el futuro con optimismo y son más proclives al cambio social».

Pese al asalto comercial de Internet, los «ciudadanos digitales» creen todavía en las enormes posibilidades del medio y se agrupan en asociaciones como Profesionales de la Informática por la Responsabilidad Social (CPSR), con sede en Palo Alto, California. Desde allí claman por una red única y plural, donde las voces individuales no enmudezcan bajo el peso hegemónico de las

multinacionales.

«Internet puede acabar controlado por unas cuantas compañías y convertirse en un vehículo inmejorable de publicidad y consumo, como ha ocurrido con la televisión —advierte Jeff Johnson, ex director del CPSR—. Pero aún estamos a tiempo de implantar una visión alternativa: una autopista de la información al alcance del ciudadano, que apueste por el intercambio de ideas antes que por la promoción de productos, que ofrezca servicios públicos y educativos, que nos ayude a conectar con la gente y encauzar la conciencia social».

«La red nos permite rediseñar nuestras vidas —sostiene Esther Dyson, autora de *Release 2.0* y pionera de la revolución digital—. Nos da libertad de movimientos para trabajar, posibilidades inmensas para aprender y un radio de acción inabarcable para influir en las comunidades y en los gobiernos. Es también una manera de extender nuestro "yo intelectual", y no nos va a transportar a un aséptico paisaje digital, como algunos temen. Básicamente, seguiremos siendo los mismos».

En *Being Digital (Ser digital)*, Nicholas Negroponte incide en el lado oscuro de las nuevas tecnologías para a continuación proclamar su fe ciega en el futuro:

«En la próxima década, veremos casos de abuso de la propiedad intelectual y de invasión de nuestra intimidad. Experimentaremos vandalismo digital, piratería y todo tipo de crímenes informáticos. Peor aún: se perderán muchos puestos de empleo para dejar paso a sistemas automáticos; las oficinas pasarán por la misma transformación que las fábricas [...] Pero mi razón para ser optimista radica sobre todo en la naturaleza enriquecedora de ser digital. Las autopistas de la información se ensancharán y desbordarán todas nuestras previsiones. Cada generación será inevitablemente más digital que la precedente».

Sin caer en el triunfalismo de Negroponte y compañía —ni tampoco en el fatalismo de los neoluditas— lo justo sería dar una oportunidad a la tecnología, que no es buena ni mala en sí misma, sino neutra.

Al ordenador hay que reconocerle sobre todo dos virtudes: su capacidad para superar las barreras del espacio y del tiempo y para ensanchar, al mismo tiempo, las fronteras de la comunicación y del

conocimiento. Ahora bien, su poder es tal que conviene delimitar claramente el terreno; de lo contrario acabará invadiendo nuestro espacio privado y mediatizando hasta el último de nuestros comportamientos.

DIEZ SUGERENCIAS... PARA PROTEGERSE DEL ORDENADOR

El ordenador no es una herramienta inocua. Nuestra salud física y mental está mucho más expuesta de lo que creemos por el hecho de trabajar delante de la pantalla. Irritación de ojos, pérdida de vista, dolores en la espalda, cabeza y cuello, sobrecarga de los tendones, tensión nerviosa o fatiga mental son tan sólo algunas de las molestias asociadas a su uso diario. Conviene tomar una serie de medidas preventivas para paliar los posibles efectos:

- No se sitúe demasiado cerca (la distancia ideal es medio metro entre sus ojos y el monitor).
- Levante la cabeza. Procure no mirar excesivamente hacia abajo o acabará sufriendo jaquecas.
- Evite los reflejos y las luces directas sobre la pantalla. Utilice un filtro para protegerse de las radiaciones.
- Descanse a los menores síntomas de fatiga visual (escozor en los ojos, pesadez en los párpados, visión borrosa). Pase todos los años por la consulta del oculista.
- Tome pausas de por los menos diez minutos por cada hora delante de la pantalla (si está embarazada, evite ponerse delante del ordenador al menos durante los tres últimos meses).
- Utilice asientos regulables, flexibles y con ruedas.
- Evite las jornadas maratonianas: compense las horas que pasa sentado con ejercicio físico y estiramientos.
- Regálese un masaje a la semana, con especial atención a manos, antebrazos y espalda.
- Escriba con todos los dedos, apoye las manos y prevenga la sobrecarga de los tendones utilizando el ratón sólo lo imprescindible.
- El trabajo con ordenador puede causar tensión nerviosa, estrés y ansiedad. Procure no aislarse en exceso y salga a respirar aire

fresco con asiduidad.

¡SALUD!

ENFERMOS DE OPULENCIA

Titular: «El estilo de vida influye más en la salud que la asistencia sanitaria». Subtítulo: «Los gobiernos destinan muchos recursos a curar y muy pocos a prevenir…». Ha hecho falta esperar hasta ahora para que los periódicos resalten a toda página obviedades como éstas, ignoradas sin embargo por el común de los mortales, que siguen creyendo en la enfermedad como un castigo divino y profesando una fe religiosa hacia los doctores y sus recetas.

Es cierto que la esperanza media de vida ha subido, entre otros factores, por los avances de la medicina convencional. Pero el progreso tiene su cruz, las llamadas «enfermedades de la opulencia», contra las que se están estrellando sistemáticamente todos los esquemas occidentales.

El cáncer y los ataques al corazón se cobran ya el mismo número de víctimas al año en los países industrializados (más de diecisiete millones) que la tuberculosis y el cólera en el Tercer Mundo. Y puestos a buscar culpables, la Organización Mundial de la Salud insiste especialmente en uno: el estilo de vida insalubre que llevamos, la combinación de una pésima dieta, la falta de ejercicio, la contaminación ambiental y el abuso del tabaco y del alcohol.

«Los países pobres se contagian de las enfermedades de los ricos», subraya la OMS en su informe de 1997. De aquí al año 2025 se triplicarán, inevitablemente, los casos de cáncer y diabetes en las naciones en vías de desarrollo. En la Unión Europea, a diez años vista, se prevé un aumento del 33 % del cáncer de pulmón en las mujeres y del 40% del cáncer de próstata en los hombres.

Y eso por no hablar de la depresión, anunciada ya como el mal por excelencia del siglo xxi (por delante del cáncer o del sida). En España es ya la segunda causa de las bajas laborales: cuatro millones de personas la padecen.

Ante tan desolador panorama, uno tiene dos opciones: o seguir

como hasta ahora, confiando en que no salga su número en la fatídica ruleta, o pasar a la acción directa, cambiando de hábitos y colocando la salud en lo más alto de la lista de prioridades. Las «enfermedades de la opulencia no caen del cielo de un día para otro; la única manera de combatirlas es previniéndolas a tiempo».

Sólo un 35 % de los españoles confiesa estar satisfecho con su estado de salud, según un informe del Centro Neurofen en 1997. El nuestro, dice el mismo estudio, es el país con más hipocondríacos de la Unión Europea. El miedo a la enfermedad está muy arraigado; de ahí nuestra devoción por la farmacopea.

El consumismo desmedido también tiene su vertiente sanitaria. El abuso de la automedicación y el recurso sistemático a las recetas han hecho de la industria farmacéutica uno de los grandes negocios del siglo. Se va a la farmacia como se va al supermercado o a la panadería. En cierto modo, interesa que sigamos enfermos porque, en el momento en que sanemos, dejaremos de ser fieles clientes.

Una vez se entra en la espiral de las drogas «legales» es muy difícil desengancharse. El mal original va dando paso a sucesivos males, y casi siempre se deja intacta la causa de todos ellos: nos conformamos con aplacar los síntomas, con ir poniendo parche sobre parche.

Un ejemplo muy claro es lo que ocurre con la acidez de estómago. En vez de corregir la dieta, millones de pacientes intentan combatirla con la ayuda de antiácidos «suaves» para los que no se precisa receta. Recientes estudios han demostrado su posible relación con el preocupante aumento de adenocarcinomas o tumores en el esófago… Peor el remedio que la enfermedad.

El fracaso de la medicina convencional y la apertura a otros estilos de vida están provocando en los últimos años una fuga hacia las terapias alternativas. Al menos uno de cada tres americanos recurre a ellas.

Incluso las autoridades sanitarias, que hasta hace poco las juzgaban como «anecdóticas» o «poco fiables», están reconociendo por fin su auténtico valor. Desde primeros de los noventa funciona en Estados Unidos la llamada Oficina de Medicinas Alternativas, y en noventa y dos de las ciento veinticinco escuelas médicas americanas se imparten ya cursos de prácticas «no tradicionales».

El gran salto histórico, sin embargo, se dio a finales de 1997: un

cónclave de científicos se reunió en Bethesda para dar la bendición oficial a la acupuntura y elevarla —parcialmente— a la categoría de «medicina basada en la evidencia».

La tendencia es más lenta en España que en los países de nuestro entorno, pero poco a poco va cayendo esa vitola de sospechosos que pesaba sobre los homeópatas, los quiroprácticos o los acupunturistas. Sus terapias han ascendido a la categoría de «complementarias».

«La medicina convencional y la alternativa están condenadas a entenderse —sostiene el doctor José Luis Berdonces, director del curso de posgrado en Medicina naturista de la Universidad de Barcelona—. Al fin y al cabo, la medicina preventiva viene insistiendo desde hace años en muchos de los consejos que nosotros defendemos: la dieta equilibrada, el ejercicio diario, la actitud mental positiva… Lo que ocurre es que la gente no le da a la prevención la importancia que tiene y luego, al primer síntoma, cae con frecuencia en la sobremedicación. Es sorprendente comprobar lo mucho que mejoran algunos pacientes en cuanto les retiras las pastillas y les aconsejas unos cuantos cambios en su estilo de vida».

El cáncer es tal vez la enfermedad que más gente ha arrastrado hacia las terapias alternativas. El estrés, la depresión y la anorexia han servido para que miles de pacientes descubran los enormes beneficios de los masajes, de la relajación o de la hidroterapia, igualmente efectivos en el tratamiento de otros males de nuevo cuño, como el síndrome de fatiga crónica o la hiperactividad.

La medicina «complementaria» sirve también para combatir esa otra epidemia silenciosa que afecta, según los expertos, al 80 % de la población en las sociedades modernas. Hablamos de las adicciones.

De todas ellas, sin duda la más tolerada aún en España es la del tabaco. En nuestro país tocamos a 2 190 cigarrillos por persona al año. Los gastos hospitalarios y farmacéuticos por enfermedades relacionadas con el tabaco se calculan en doscientos mil millones. Cada año mueren seis mil fumadores «pasivos» por culpa del humo ajeno.

En Europa del Este, donde se fuma aún más que en España, los fabricantes de cigarrillos fueron la avanzadilla de la sociedad de consumo. Las multinacionales americanas aprovecharon la

ingenuidad de la población para lanzar un bombardeo publicitario sin precedentes. Los resultados no se han hecho esperar: Hungría, Polonia o Rumania registran los índices de cáncer de pulmón más altos en la historia de la humanidad (palabras mayores de la OMS).

El camino que tarde o temprano seguiremos en todos los países industrializados, nos guste o no, es el que llevan trazando en los últimos años las autoridades sanitarias de Estados Unidos, que han impuesto los espacios «libres de humos». Desde España tendemos a ver lo que allí ocurre de una manera un tanto simplista, como si se tratara de una caza de brujas contra el fumador y no como lo que realmente es: una cuestión inaplazable de salud pública.

DOCTOR NATURAL

Hasta hace poco se los llamaba «sanadores» o «milagreros». Siempre se acudía a ellos a la desesperada y como último recurso, con un sentimiento de culpa o traición hacia el médico. Se los trataba como herejes y se prevenía a la población contra el más que dudoso rigor de sus métodos.

Ahora son los propios galenos quienes deciden cambiar de bata y pasarse al bando contrario, el de las terapias alternativas. Millones de pacientes en los países occidentales están saliendo a su encuentro: las visitas al quiropráctico, al homeópata o al acupunturista comienzan a ser ya casi tan frecuentes como las consultas con el médico de cabecera.

«La gente está harta de la falta de respuestas de la medicina occidental —suscribe Andrew Weil, también conocido como el Doctor Natural—: Estamos asistiendo a un cambio radical en la práctica de la medicina, a una búsqueda de soluciones menos traumáticas y más respetuosas con nuestra naturaleza».

Antes que «curandero», Weil fue médico titulado, con la impronta de Harvard —Pero en vez de ejercer como tal, decidió prolongar su aprendizaje con decenas de sanadores en Asia y Sudamérica. De vuelta en Estados Unidos, formuló su propio credo en forma de bestséller (*La curación espontánea*) y en poco tiempo se convirtió en un fenómeno de masas.

Las prédicas del Doctor Natural cuentan cada vez con más aceptación entre los practicantes de la medicina integrativa. Sostiene Weil que el secreto para la curación de muchas enfermedades «incurables» no está ni en los laboratorios ni en las farmacias sino en nuestro propio cuerpo, que cuenta con unas habilidades naturales para sanar totalmente inexploradas.

Un cáncer que de pronto remite. Una artritis crónica que desaparece en cuestión de días. Enfermedades irreversibles que se

desvanecen sin explicación aparente. Todos esos «milagros» o «anécdotas» a los que no suelen dar ningún crédito los médicos son casos de curación espontánea, en opinión del Doctor Natural.

Weil se rinde ante la evidencia: esos mecanismos internos siguen siendo un auténtico misterio, y la única manera de aproximarnos a ellos es por vía intuitiva. Quienes más se han acercado han sido los practicantes de la medicina tradicional china, que se está extendiendo como una mancha de aceite por los países occidentales.

La acupuntura y el masaje shiat-su son otros dos métodos que Weil toma prestados de Oriente. Sus tratamientos de aromaterapia y hierbas proceden del Ayurveda indio y sus consejos dietéticos tienen una base oriental y macrobiótica, reforzada con suplementos vitamínicos. Aconseja a sus pacientes que tengan siempre flores frescas en casa y que potencien sus lazos familiares y personales.

El estilo de vida del hombre moderno es otro de los caballos de batalla de Weil: «Hemos creado una cultura que equipara la diversión a los hábitos insalubres y el aburrimiento a las actividades saludables. Con el aire que respiramos en las ciudades y la comida-basura que ingerimos, con el café de la mañana y el ritmo acelerado que llevamos, estamos invocando todos los días la enfermedad. Funcionamos la mayor parte del tiempo por control remoto, sin reparar en todo lo que nos causa un daño inmediato».

Para combatir el estrés, Weil aconseja cuarenta y cinco minutos de ejercicio moderado al aire libre, un mayor contacto con la naturaleza y períodos de «desintoxicación informativa» (ni televisión, ni radio, ni periódicos). Sus tratamientos combinan también la quiropráctica, la hipnosis, la visualización, la homeopatía, la naturopatía y el *biofeedback* (técnicas de relajación con la ayuda de equipos electrónicos).

Pero, a diferencia de otros «sanadores», Weil no reniega por completo de la medicina occidental: «Si tengo un accidente de coche, que me pille lo más cerca posible de un hospital. Si cojo una neumonía, que me den antibióticos».

De aquí a veinte años, prevé el Doctor Natural, existirá una perfecta simbiosis entre las terapias convencionales y las alternativas… «Habrá la mitad de hospitales y recurriremos a ellos sólo en casos de intervenciones quirúrgicas o de estricta emergencia. En su lugar aparecerán centros de salud integral, que

trabajarán sobre todo en el campo de la prevención y en la promoción de estilos más saludables de vida».

En España no ha aparecido aún ningún Doctor Natural capaz de llegar a ese espectro de la población anclado en el viejo concepto de salud. Pero la «otra» medicina se va abriendo paso poco a poco, gracias a la labor de publicaciones como *Cuerpomente* y de iniciativas como el Centro de Salud Integral o el Curhotel Hipócrates. En las universidades de Barcelona y Zaragoza se imparten ya cursos de posgrado en terapias naturistas. En Madrid lleva varios años funcionando el Instituto de Medicina Alternativa.

La homeopatía es seguramente el tratamiento más popular en España, con más de cinco mil médicos titulados y con remedios disponibles en la mitad de las farmacias. La acupuntura y la medicina china se han extendido también bastante en la última década, al igual que la quiropraxia. Los practicantes naturópatas —curación a base de hierbas y preparados naturales— superan ya los tres mil. El shiat-su (o acupuntura digital) y la reflexología podal están entre las modalidades de masaje más difundidas. El chi kong, el tai-chi y el reiki son otras disciplinas tan milenarias como «novedosas» en nuestro país, donde ya es posible someterse a tratamientos curativos con la ayuda del agua, de la música o de las plantas.

DIEZ ALTERNATIVAS… A LA MEDICINA CONVENCIONAL

- HOMEOPATÍA. Prevención y tratamiento de enfermedades mediante diluciones infinitesimales de medicamentos elaborados a partir de una sustancia que provoca trastornos similares a los de la dolencia. Ideada hace doscientos años por el médico alemán Samuel Hahnemann, gozó de una gran popularidad durante el siglo pasado y cayó prácticamente en desuso hace medio siglo. En las dos últimas décadas ha experimentado un gran crecimiento. Francia ha sido tradicionalmente el paraíso natural de la homeopatía.
- ACUPUNTURA. Activación de los canales de energía vital y manipulación de los órganos afectados por una dolencia mediante el uso de agujas especiales. Parte de la creencia de que las enfermedades son la consecuencia del bloqueo en la circulación de la energía. Es la técnica más extendida de la medicina tradicional china. Especialmente indicada contra las neuralgias, migrañas y dolores musculoesqueléticos. Muy útil también para combatir el estrés, los trastornos gastrointestinales y el asma. Efectiva en tratamientos de desintoxicación del tabaco.
- NATUROPATÍA. Curación a partir de hierbas y de extractos naturales. Muy socorrida en el tratamiento de enfermedades reumáticas y de la artrosis, así como de las dolencias cardiocirculatorias. Efectiva también para los trastornos del sistema digestivo.
- QUIROPRÁCTICA. Tratamiento basado en la teoría de que gran parte de las enfermedades se originan en la espina dorsal. El «realineamiento» de la espina dorsal se ha mostrado muy efectivo para combatir los dolores de espalda. También se utiliza para el tratamiento de otro tipo de dolencias, como el asma, las

úlceras o la hipertensión.

- HIDROTERAPIA. El poder curativo del agua. Terapia de tradición antiquísima, actualizada hace un siglo por Sebastian Kneipp, que sostenía que la enfermedad aparece cuando el hombre se aleja de los elementos naturales. Se basa en la alternancia de calor y frío, de lo seco y lo húmedo, y también en la aplicación de chorros sanadores. Especialmente útil para problemas reumáticos y traumáticos y para enfermedades respiratorias y de la piel.
- SHIAT-SU. También conocido como «acupuntura digital». Masaje profundo, y a veces doloroso, que consiste en la activación de los canales de energía vital para evitar los bloqueos. Ideal para la prevención de todo tipo de enfermedades.
- CHI KONG, TAI-CHI, REIKI, DO-IN. Distintas disciplinas con un mismo objetivo: lograr que la energía vital fluya con total libertad por el cuerpo. El chi kong y el tai-chi son activos y consisten en una serie continuada de ejercicios que implementan la conexión cuerpo-mente. El reiki es una técnica de sanación natural por imposición de manos. El do-in es una combinación de ejercicios y automasaje que ayuda a tonificar el cuerpo.
- HIPNOTERAPIA. Técnica basada en la hipnosis o relajación del paciente para que pueda soportar condiciones de dolor o superar la tensión o el estrés. Muy útil en el tratamiento de adicciones y en afecciones como el asma o la acidez de estómago.
- AROMATERAPIA. El poder curativo del aroma de las plantas. Basado en el uso de aceites esenciales, aplicados durante el masaje, para inducir la calma y el bienestar. Existe también el llamado «método Bach», que utiliza el poder de treinta y ocho flores silvestres para equilibrar las emociones.
- REFLEXOLOGÍA PODAL. Masaje intenso de las diversas zonas del pie. Parte de la teoría de que todas las partes de nuestro organismo están conectadas por ramificaciones nerviosas con los pies, que son el «espejo» de nuestro cuerpo. Cada órgano tiene su «conexión» podal y puede ser tratado específicamente.

EN CIEN AÑOS, TODOS GORDOS

Uno de los rasgos distintivos de las sociedades avanzadas es sin duda alguna el sobrepeso. No es de extrañar pues que los chinos no destaquen, de momento, por el exceso de kilos. En Europa, del 10% al 20% de la población arrastra la obesidad. Estados Unidos, líder mundial en tantas cosas, lo es también en el ranking de grasa corporal: uno de cada tres americanos está muy por encima de su peso ideal.

Aunque la medicina sigue dándole vueltas al factor genético, los expertos reconocen que el sedentarismo, la pésima dieta y las «comodidades» de la vida moderna tienen una influencia muy directa. En España, unos cuatro millones de personas padecen esta enfermedad encubierta, caldo de cultivo de tantísimas dolencias. Sin llegar a la obesidad, el 40 % de la población anda ya sobrada de kilos, y es que el cambio de la dieta mediterránea a la «atlántica» comienza a hacer estragos, sobre todo entre la población infantil.

Una visita relámpago a Disneylandia bastará para comprobar lo que nos espera: padres e hijos de andar dificultoso, sobradísimos de michelines, devorando vorazmente palomitas con mantequilla, paquetes de «fritos», hamburguesas dobles con queso y gigantescos yogures helados, rematados por una lluvia de golosinas de todos los colores…

La obesidad va camino de convertirse en el problema sanitario número uno en el país de los excesos. Se calcula que todos los años mueren en Estados Unidos unas doscientas cincuenta mil personas por problemas relacionados directa o indirectamente con la falta de ejercicio regular. Pese a los records olímpicos, el 54% de los norteamericanos dedica a lo sumo treinta minutos semanales a la práctica de algún deporte.

La situación es tan preocupante que, en vísperas de los Juegos de Atlanta, el vicepresidente Al Gore tuvo que ponerse el chándal y

predicar con el ejemplo. Campaña nacional contra el sedentarismo: se recomienda encarecidamente a los americanos que pasen la aspiradora por la alfombra, que laven el coche a mano, que frieguen de cuando en cuando los platos, que saquen a pasear el perro…

Ni por ésas. La proporción de obesos sigue aumentando espectacularmente y se calcula que a finales de siglo rondará el 40%. El doctor John Foreyt, de la Escuela de Medicina Baylor (Texas), realizó una curiosa proyección en el tiempo: de seguir a este ritmo, el 100% de la población será obesa allá por el año 2230.

Y todo a pesar de los seis billones de pesetas que los americanos se gastan todos los años en productos que, en teoría, no engordan o «ayudan a no engordar». El camelo de lo *light*, especialmente en bebidas refrescantes, se ha convertido en el negocio más chispeante e impalpable de los noventa.

Sólo en un país tan contradictorio como éste pueden convivir asociaciones como Avance y Aceptación de los Gordos, que propugna la absoluta indulgencia, o los Vigilantes del Peso, empeñados en controlar policialmente hasta la última caloría. Sólo aquí se concibe la comercialización de un aceite «milagroso» sin grasa (olestra) o la guerra a muerte entre los fabricantes de píldoras adelgazantes por conquistar un mercado que mueve ciento veinte mil millones de pesetas al año.

En el año 1996 se anunció con altavoces el descubrimiento de una píldora mágica, el Redux: «primer supresor del apetito sin contraindicaciones». Un año después, las autoridades sanitarias americanas dieron la voz de alarma y ordenaron su retirada inmediata al descubrir que la dexfenfluramina —su nombre científico— podía causar graves hipertensiones y cardiópatas. ¿Quién paga los daños?

Los obesos, claro. Por si no tuvieran bastante con capear la presión social, también han de sufrir en sus corazones y en sus carnes los efectos perniciosos de las batallas comerciales que se libran a su costa. Adiós píldora mágica. Adiós dictas milagrosas (en el 95 % de los casos no funcionan). Bienvenidos sean de nuevo los viejos remedios: comida sana y equilibrada —rica en fibras, pobre en grasas— y media hora de ejercicio físico todos los días. «Así se reduce el riesgo de sufrir enfermedades crónicas y se contribuye además a mantener una mejor calidad de vida». Firmado: Centro de

Control y Prevención de las Enfermedades de Atlanta.

DE LA COMIDA «BASURA» A LA DIETA «LIMPIA»

La enfermedad de las «vacas locas» fue para muchos la primera piedra de toque. Hasta entonces, la mayoría de la gente no relacionaba los alimentos con la salud. Se pensaba, ingenuamente, que la comida pertenecía más bien al capítulo de placeres e indulgencias.

Luego llegó la polémica de la manipulación genética de los alimentos, y todos comenzamos a sospechar si, en el nombre del progreso y de los avances de la ciencia, no nos estarán vendiendo cánceres de colon y de próstata, problemas circulatorios o alteraciones del sistema nervioso.

«Que el alimento sea tu medicina, y la medicina tu alimento», decía Hipócrates. Poco caso han hecho de su sabio consejo los médicos, más interesados en recetar píldoras que en prevenir enfermedades de una manera más simple y menos costosa. Lo mismo podemos decir de las autoridades sanitarias, que nada hacen por contrarrestar el enorme poder de la industria alimentaria, principal responsable de los hábitos insalubres en la cocina y en la mesa.

En los supermercados, los alimentos frescos languidecen semiocultos entre estanterías y más estanterías de productos refinados, privados de gran parte de su valor nutritivo y «enriquecidos» con conservantes, colorantes, acidulantes, edulcorantes y demás ingredientes invisibles (pesticidas, hormonas, metales pesados). Con la moda del *fast food* y del todo a domicilio, la comida procesada nos llega ya directamente al plato, previo paso por el microondas (la forma más instantánea y nociva de recalentar los alimentos).

Las malas costumbres alimenticias empezamos a adquirirlas de bien pequeños, cuando los imperativos de la vida moderna nos

hacen renunciar antes de tiempo a la leche materna. El rito de paso a la comida sólida solemos celebrarlo después en un Burger-King o en un McDonald's. Crecemos de niños con ketchup en las venas y nuestros paladares nos piden a gritos comida-basura y litros de Coca-Cola. La carne y las grasas son una fuente insuperable de diversión; los vegetales y los cereales los dejamos por aburridos e insípidos.

Cuando llegan las primeras caries, soportamos estoicamente la tortura del dentista, que nunca nos prevendrá contra los muchos riesgos del azúcar. Después acecharán la bulimia y la anorexia, dos males íntimamente relacionados con nuestra enfermiza relación con los alimentos. Finalmente desembocaremos en el sobrepeso, la celulitis, la hipertensión, el estreñimiento y un sinfín de dolencias provocadas por lo mal que comemos.

En ese momento, nunca antes, caeremos en manos del «especialista» y entraremos en el círculo vicioso de las dietas, que nos crearán ansiedades, frustraciones y desmayos.

La solución está, tal vez, en una aproximación más natural a lo que siempre fue la comida, antes de que las multinacionales de la alimentación inundaran nuestras despensas con productos tan tentadores como carentes de sustancia. Y antes, por supuesto, de que llegara al supermercado la «revolución transgénica»…

Vendida como la alternativa inocua a los fertilizantes y los pesticidas, la manipulación genética de los alimentos ha provocado sin embargo una cascada de reacciones en contra por sus innumerables riesgos. Entre ellos, la capacidad de producir alergias, de «contagiar» a los humanos la resistencia a los antibióticos o de provocar a la larga procesos cancerígenos.

Aunque las autoridades sanitarias americanas dieron hace tiempo el visto bueno a los alimentos transgénicos, sus efectos reales son una incógnita. Impulsados por los gigantes de la industria agroquímica y de la alimentación, estos productos están derribando las barreras que hasta hace poco impedían su entrada en Europa. Los titulares de prensa proclaman ya alegremente: «El futuro está en el maíz y en el tomate de laboratorio».

Cientos de miles de consumidores están sin embargo huyendo hacia el extremo opuesto: no a las prácticas «desnaturalizadas». Hay que redescubrir el sabor de las verduras y las legumbres de

temporada y desconfiar abiertamente de las menestras congeladas o de las fresas de invernadero. Hay que exigir la vuelta a los cereales enteros y huir como de la peste de los panes inflados con levaduras sintéticas. Hay que pensarlo tres veces antes de probar una carne hormonada, irradiada, tratada con antibióticos y conservada a base de nitritos y nitratos.

Gracias a la sensibilización y a la demanda popular, se están imponiendo pues los productos «biológicos»: cultivados o criados de modo absolutamente natural, sin el uso de pesticidas, fertilizantes u hormonas. En apenas cinco años, su consumo se ha duplicado en Estados Unidos, donde se venden en las cada vez más habituales «tiendas de salud». Otro fenómeno imparable es el resurgir de los mercados de granjeros, que traen hasta el corazón de ciudades como Nueva York el sabor del campo recién arado.

El mercado del *clean food* —la dieta «limpia»— mueve ya más de un billón de pesetas al año. Veinte millones de americanos se han pasado al vegetarianismo, por motivos de salud y de conciencia ecológica. En un par de décadas, predice el Instituto de Tendencias de Rhinebeck, el 30% de la población americana abrazará el nuevo credo alimenticio: los profetas de la «comida-basura», los McDonald's y compañía pasarán por grandes dificultades en su propia tierra.

En los países centroeuropeos, donde el consumo de carne se multiplicó por cuatro desde la posguerra, la marcha atrás es imparable en los últimos años. Hasta en la mismísima Italia, tan orgullosa de su legado gastronómico, está empezando a imponerse el marchamo biológico (en la costa del Adriático proliferan los restaurantes «Un Punto Macrobiótico», adalides de la «cocina natural mediterránea»).

España anda a la zaga, resignada a exportar más del 80 % de sus productos biológicos por la poca demanda interna. Los precios prohibitivos y nuestros hábitos alimenticios son dos murallas contra las que se estrella inevitablemente la dieta «limpia».

Al cabo de varias décadas, seguimos con el concepto anquilosado y reumático del herbolario...

«Lo nuestro es una cuestión cultural: todavía se cree que eso de cuidar la dieta es una cosa de diabéticos y personas ancianas», se lamenta Álex Galí, gerente de los supermercados biológicos

Commebio, acaso el primer intento serio de ponernos a la altura de las «tiendas de salud» europeas y americanas. «Pero la gente está comenzando a responder muy bien; por fin está calando la idea de que la calidad de vida comienza con la comida sana». Commebio abrió la brecha en Barcelona y está extendiendo sus redes por toda España.

El vegetarianismo, por fortuna, ha dejado de ser una actividad semiclandestina y sectaria en nuestro país. Entre Madrid y Barcelona hay ya más de una veintena de restaurantes vegetarianos. El último censo nacional habla de más de un millón de practicantes, la mitad de los cuales son estrictamente «veganos» (rechazan no sólo la carne; también la leche y los huevos).

Desde 1993 existe la Asociación Vegana Española (AVE), que promueve «un estilo de vida más sano y respetuoso con los animales y la naturaleza». Los motivos «éticos y de salud» se combinan con los «ecológicos»: la industria cárnica tiene unos devastadores efectos en el medio ambiente y obliga a cultivar como pienso millones de toneladas de soja y grano que podrían servir para el consumo humano. Detrás de los «veganos» late también un cierto espíritu de rebeldía contra lo convencional, aunque su empeño es el de romper el cliché de «secta alternativa».

El mismo estigma pesa aún sobre la macrobiótica, una filosofía de vida aplicada a los alimentos que goza de un creciente prestigio en Estados Unidos y en toda Europa.

Introducida en Occidente por el japonés George Ohsawa —y difundida actualmente por sus discípulos Michio Kushi y Hermán Aihara—, la macrobiótica propugna la búsqueda del equilibrio a todos los niveles, comenzando por el de la alimentación, que es seguramente el más básico. La dieta macrobiótica está basada en los cereales enteros y en las verduras, y en menor medida en las legumbres, las algas, el pescado, las raíces, las semillas, los frutos secos, la fruta y los productos derivados de La soja.

El «milagro» de la soja, tan celebrado últimamente por las instituciones médicas occidentales, lo descubrieron en Oriente hace dos mil años (y lo lleva predicando durante décadas la macrobiótica). La soja ayuda a prevenir el cáncer y las enfermedades del corazón, a regular los niveles de colesterol y a cubrir el «vacío» de proteínas que deja la carne. Derivados de la

soja como el tofu, el miso y el tempeh —considerados todavía como «exóticos»— deberían desplazar en las estanterías de los supermercados a toda esa gama de «condumios» enlatados, empaquetados y adulterados sobre los que tendría que figurar el aviso de las autoridades sanitarias: «El consumo de este producto perjudica seriamente la salud».

LA PANACEA UNIVERSAL

Cada época tiene su panacea, y a la nuestra le ha tocado el Prozac. Gracias a una campaña de publicidad sin precedentes, el famoso antidepresivo es ya casi tan popular como la aspirina o el valium. Los medios de comunicación han exaltado hasta la saciedad sus virtudes y nos han incitado a consumirlo al menor síntoma de cualquier cosa: he aquí una píldora que le ayudará no sólo a combatir la depresión, la ansiedad y la adicción; también le servirá para adelgazar, vencer la timidez y, llegado el caso, cambiar de personalidad.

El «boom» del Prozac ilustra a la perfección hasta qué punto somos víctimas de un sistema viciado que ha convertido la enfermedad en un boyante negocio.

No es éste el lugar para cuestionar la efectividad del medicamento, uno de tantos reguladores de la serotonina. Ni siquiera vamos a entrar en consideraciones sobre sus controvertidos efectos secundarios. Nos conformamos con subrayar los intereses comerciales que hay detrás: 1 730 millones de dólares al año en Estados Unidos.

Los americanos no sólo exportan, con notable éxito, sus productos farmacéuticos. En nombre de la eficiencia, nos están vendiendo también un modelo en el que los enfermos son tralados como meros consumidores. La asistencia sanitaria no es ya un derecho, sino un lujo cada vez más caro (treinta millones de americanos no pueden costearse el seguro médico).

A más enfermedad, mayores ventas: las farmacias se suben al carro del marketing y nos incitan a llenar el botiquín con cápsulas, supositorios, pastillas efervescentes, jarabes con mil sabores... La sobremedicación se está convirtiendo, poco a poco, en un problema sanitario de primera magnitud. Según el *Journal of American Medical Association*, el 21 % de los antibióticos se recetan innecesariamente,

de manera que las bacterias se están haciendo más resistentes y enfermedades infecciosas que parecían erradicadas hace años están volviendo a brotar.

El problema, muchas veces, no está en el médico sino en el propio paciente, que se resiste a dejar la consulta sin una receta bajo el brazo. Los doctores se limitan a seguir la corriente y a rubricar con su firma la automedicación encubierta.

Nuestra sociedad está llena de enfermos imaginarios que arrastran con enorme peso su «vida farmacéutica». A partir de cierta edad, parece inevitable el banquete diario de pastillas, de todas las formas y colores, con tantas aplicaciones como contraindicaciones.

La tendencia enfermiza está contagiando el otro «mercado», el de la medicina alternativa. Todo lo dicho del Prozac vale para la famosa melatonina, de composición bien distinta, pero con la misma vitola de píldora mágica: la droga «natural» que te servirá para ajustar tu reloj biológico, dormir como la seda, prevenir el cáncer y prolongar tu vida… Después de arrasar en el mercado americano, las autoridades sanitarias decidieron prohibirla en España hasta que no se contrasten sus efectos secundarios (pesadillas, náuseas, depresiones suaves, alteraciones emocionales, etc., etc., etc.).

Seguirán vendiéndonos panaceas universales, pero desconfiar es de sabios. No podemos creer ciegamente en el poder de los medicamentos, sobre todo para atajar ciertos males de la vida moderna —ansiedad, estrés, fatiga crónica— que tienen unas raíces muy profundas y ocultas. Antes de morder en el anzuelo de las drogas legales, tan adictivas como las «otras», convendría probar con soluciones más naturales y, a la larga, mucho menos costosas.

ENFERMIZAMENTE SANOS

Los gimnasios, con sus baterías de cintas correderas y aparatos que recuerdan a los instrumentos de tortura, son la expresión más patente de comportamiento compulsivo al límite. Para sus asiduos clientes, la cita con las pesas se ha convertido en una condena voluntaria a «trabajos forzados» después de la jornada laboral. Necesitan castigarse duro no sólo con la intención de descargar adrenalina y eliminar toxinas; también para autoafirmar su ego, huir de los conflictos personales y ahogar la soledad.

Hasta aquí hemos llegado: el empeño por mantenernos sanos puede convertirse en una obsesión enfermiza. Del cuidado corporal pasamos al culto al cuerpo, y de ahí a la *fitness addiction*: la adicción a estar en forma.

La atmósfera que se respira en la mayoría de los gimnasios invita, más que al ejercicio saludable, a la actividad frenética y al automatismo impetuoso. La presencia ineludible de televisiones y espejos, los walkman y la música estridente de fondo nos transportan a un mundo donde la acción por la acción es la única norma. El gimnasio engancha, y cualquier contratiempo que obligue a aplazar o demorar la tabla diaria de abdominales y pectorales acabará provocando una sensación de angustia parecida a la del «mono».

A los adictos se les distingue fácilmente por su propensión a mirarse en los espejos y a subirse en las básculas. Los expertos han detectado en ellos un fenómeno también presente en los casos de anorexia: la «dismorfia muscular». Quienes lo sufren tienen el sentido de la percepción alterado; se ven a sí mismos y no se convencen. Solución: hay que trabajar más duro el músculo y atiborrarse de esteroides y suplementos.

«Su busca de la perfección les lleva a extremos como el no comer jamás en un restaurante porque son incapaces de medir la

cantidad exacta de hidratos de carbono y de proteínas en los alimentos», sostiene el psiquiatra Harrison Pope en la revista *Psychosomatics*. «Su preocupación por la forma física es tal que renuncian a relaciones personales o se despiden del trabajo para poder dedicarle más tiempo al gimnasio».

Los hombres son tan proclives como las mujeres a la *fitness addiction*. Los casos llegan aún con cuentagotas a las consultas de los psiquiatras, que recomiendan un tratamiento con antidepresivos para combatirla. Pero los pacientes suelen negar su condición y se siguen dejando la piel en el gimnasio hasta que sufren una recaída. Y es que el exceso de ejercicio físico puede llegar a ser tan insalubre como el sedentarismo.

Otra de las tentaciones más frecuentes de la gente «saludable» es el atracón diario de vitaminas y suplementos, vendidos como las soluciones naturales para reforzar la memoria, esquivar el cáncer o prevenir los ataques al corazón. Varios estudios médicos han puesto en duda su efectividad y han alertado contra los incontables riesgos de las sobredosis (trastornos neurológicos, problemas gastrointestinales, irritaciones en la piel).

La «vitamanía» estalló en Estados Unidos a finales de los ochenta y se convirtió en la expresión más visible del nuevo culto nutricional. «Que no pase un solo día sin tu paquete de vitaminas» fue el mensaje que acabó calando en la población. Hasta tal punto que en 1997 había ya cien millones de americanos abonados a los suplementos. La facturación superó ese año el billón de pesetas, el doble que en 1990.

«Los consumidores se están ofreciendo voluntarios para un vasto experimento de resultados inciertos —asegura Jane Brody, columnista de salud del *New York Times*—. La evidencia de los supuestos beneficios de las vitaminas y los suplementos minerales en cápsulas es bastante escasa [...] Las necesidades de cada persona dependen de muchos factores —como la edad, el sexo o la constitución— que a menudo no se tienen en cuenta. La gente, en realidad, se está automedicando, cuando lo que se debería hacer es acudir a las fuentes naturales, que están en los alimentos».

Los remedios de hierbas y extractos, hasta hace poco considerados alternativos, han entrado también a saco en el mercado de la salud. Aluvión de pastillas para gente sana: el

ginseng, el ginkgo, la echinacea, el alga azul… Pociones mágicas y sin contraindicaciones, preparadas por la madre naturaleza para procurarnos una mente lúcida, una energía sin límite y una perenne sonrisa. Ja.

EL PECADO ORIGINAL

Se nos educa para temer la enfermedad de la misma manera que antes nos infundían el miedo al pecado. El rito de las vacunas cumple así la función purificadora del bautismo: hasta que no nos vacunamos, no estamos limpios de sospecha.

Con la «filosofía del malestar» inyectada en vena vamos creciendo. Pese a estar supuestamente inmunizados, se diría que lo extraño es seguir sano. El pavor a la enfermedad nunca se disipa.

Las vacunas son, quizás, la máxima expresión de la medicina convencional, empeñada en demostrar su casi total infalibilidad y su práctica ausencia de riesgos. Durante décadas se les profesó una devoción religiosa, pero una parte de la clase médica está comenzando a cuestionarlas en los países occidentales (en España, la Liga para la Libertad de Vacunación, con sede en Barcelona).

Los «objetores» de las vacunas insisten en que el sistema inmunológico de un niño no está lo suficientemente maduro como para recibir treinta y cinco «pinchazos» durante los dos primeros años; que los efectos adversos no sólo se manifiestan en las primeras horas sino que pueden aparecer mucho más tarde y ser la causa de futuras dolencias.

Los pediatras siempre informan de los beneficios, pero rara vez nos ponen al corriente de los efectos secundarios. Aunque las posibilidades son remotas, se han dado casos de muertes súbitas, encefalitis, psoriasis, asma y alergias muy probablemente asociadas a los fatídicos «pinchazos». En nuestro país existe incluso una Asociación de Familias Afectadas por la Vacuna que asesora legalmente a los ciudadanos.

(Contabilizar el número de personas que enferman debido a las vacunas es prácticamente una quimera porque las autoridades sanitarias no disponen de medios y la industria farmacéutica, por supuesto, no está dispuesta a tirar piedras contra su propio negocio

multimillonario. Además, resulta muy difícil probar la relación causa-efecto, y a ese clavo se agarran.)

Otra de las causas que provocan el rechazo de ciertos padres a las vacunas es la presencia, junto a los gérmenes atenuados, de sustancias químicas potencialmente tóxicas como el hidróxido de aluminio y conservantes derivados del mercurio.

Pero la razón de mayor peso es que los «pinchazos» no garantizan la inmunidad total. Y no sólo eso, sino que el mérito que habitualmente se les adjudica a las vacunas no es más que un mito, que casi todas las enfermedades infecciosas estaban ya en receso cuando se introdujo la vacunación masiva y que hay otros factores seguramente más importantes —como la potabilización de las aguas, el alcantarillado y el tratamiento de las basuras— que han contribuido a su paulatina disminución en los países industrializados.

Los médicos «no convencionales» estiman que vacunar contra el sarampión, la rubéola o las paperas puede resultar incluso contraproducente; las consideran enfermedades menores y hasta cierto punto necesarias para la maduración del sistema inmunológico del niño.

Como alternativa natural a las vacunas, se recomienda prolongar hasta los dos años la lactancia, una práctica que en nuestro país ha caído en picado en la última década (y que ahora reivindica La Liga de la Leche, una asociación de voluntarias con implantación mundial). La alimentación sana, las hierbas e incluso el entorno afectivo contribuyen a reforzar las defensas naturales.

«Los padres nos sentimos a menudo con miedo e indefensos, y todo por la falta de información —denuncia Sara Labrador, madre de una niña de año y medio a la que decidió no vacunar por recomendación de una amiga doctora—. Actuó conmigo como deberían hacerlo todos los pediatras. Me dijo: Infórmate antes de dar el paso adelante y valora los pros y contras." Eso hice: acudí a una charla de la Liga para la Libertad de Vacunación y salí bastante convencida. Después leí un par de libros y decenas de artículos y acabé de decidirme. La niña está sanísima; lo más que ha tenido fue una fiebre.

»Yo no estoy radicalmente en contra de las vacunas; me parece que la solución está en la libertad de decisión —añade Sara—. Pero

lo que no entiendo es el conformismo y la ignorancia de la mayoría de los padres. Eso y también la incomprensión: en la guardería me pusieron todo tipo de pegas en cuanto les dije que mi niña no está vacunada. La libertad de vacunación en España no es real; pesa todavía mucho el qué dirán».

MIRARSE HACIA DENTRO

En las culturas tradicionales, sobre todo en las orientales, la salud está íntimamente ligada al cultivo de la armonía. Pero el modo occidental de vida ha evolucionado precisamente en sentido contrario: pecamos siempre por exceso o por defecto, y ahí deberíamos buscar la raíz de algunos de nuestros males.

«La búsqueda intuitiva del equilibrio es tal vez la mejor medicina natural», sostiene Paul Pearsall, médico de origen hawaiano y autor de *The Pleasure Prescription (La receta del placer)*. Pearsall convivió durante un tiempo con los pueblos indígenas de la Polinesia, intrigado por su envidiable estado de salud, y llegó al convencimiento de que su secreto está en lo que ellos llaman *aloha*, o aliento vital.

Pearsall sostiene que gran parte de las enfermedades que aquejan a las sociedades modernas tienen su raíz en nuestra falta de «aliento vital». «La salud es la llave de la felicidad, y a ella se llega cultivando el *aloha* y adoptando una actitud positiva hacia las cosas», escribe el autor, que nos invita a ser un poco niños, recuperar el sentido lúdico de la vida y descubrir el valor terapéutico de la risa.

Otra de las recetas que Pearsall ha decidido tomar prestada de los polinesios es su conexión permanente con la tierra, algo que hace mucho perdimos en las ciudades de Occidente. Nos podemos pasar semanas, meses incluso, sin contemplar una puesta de sol o un amanecer. Vivimos en ambientes cien por cien artificiales y el tiempo que pasamos a cielo abierto es mínimo. El contacto con la naturaleza se reduce a esporádicas escapadas de fin de semana, consumidas en gran parte dentro del coche. El aire que respiramos habitualmente es una nube de sustancias tóxicas.

Nuestros oídos sufren también las consecuencias de la contaminación acústica. Sirenas, excavadoras, taladradoras, el

camión basura, alarmas anti-robo, el incesante rumor del tráfico... La vida en las grandes ciudades se ha convertido en un muestrario de ruidos, que pueden acabar provocando graves trastornos en el sistema nervioso.

En los hogares, otro tanto: con la invasión de aparatos electrónicos, el silencio —tan curativo— se ha convertido en una utopía al alcance de muy pocos. Habría que «blindar» las casas contra los ruidos, reservar alguna estancia para la lectura o la reflexión, acotar un espacio donde podamos estar verdaderamente solos, sin interferencias.

«Hoy en día, más que nunca, necesitamos recuperar el contacto con nosotros mismos —escribe la psicóloga Ester Buchholz en *The Call of Solitude (La llamada de la soledad)*—. Pasar un tiempo a solas nos da el poder de regular y ajustar nuestras vidas. Es una manera también de recargar las baterías, de calibrar nuestras necesidades, de estimular la creatividad y la curiosidad por lo desconocido».

La televisión y el teléfono deberían estar proscritos en ese tiempo y ese espacio «estrictamente personales». Los dormitorios tendrían que ser santuarios para el descanso. El sueño es sagrado, y si tenemos problemas para dormir hay soluciones mucho más naturales que las píldoras o la película de medianoche. Una secuencia respiratoria y unos ejercicios de relajación podrían bastarnos.

Otra «medicina» gratuita es la meditación, tan en las antípodas de nuestro estilo de vida. Con la ayuda del yoga o del taichi, o con la práctica de pequeños rituales que nos obliguen a hacer un alto en algún momento del día, podremos controlar situaciones de ansiedad y de estrés a los primeros síntomas.

El ejercicio «espiritual» es tan necesario como el ejercicio físico, en opinión de Herbert Benson, un cardiólogo de Harvard que mereció hace veinte años idéntico tratamiento que Galileo. Y todo por decir que el factor mental es decisivo a la hora de invocar o combatir la enfermedad.

Benson se desquitó en 1992 con la creación del Instituto Médico Mente/Cuerpo y publicó otro de los puntales de la medicina alternativa americana, *Timeless Healing (Curar sin tiempo)*. Las técnicas de relajación y meditación son el instrumento con el que combate no sólo el estrés y la ansiedad, también la alta presión

sanguínea y el riesgo de infarto. A sus pacientes les habla además del poder invisible de un tercer elemento, el alma, que para él es el hilo conductor entre la mente y el cuerpo: «La fe no sólo mueve montañas; también cura».

Claro que, de la mano de la fe, corremos el riesgo de caer en la «industria del milagro». Al socaire de la medicina alternativa han medrado los gurús esotéricos y los mercaderes de las curas mágicas, que a la postre no han servido más que para desprestigiar las terapias complementarias y alimentar con razón el escepticismo de los médicos.

Deberíamos desconfiar, por norma, de todo aquel que nos invite a poner ciegamente nuestra salud en sus manos, y abrirnos sin embargo a quien nos ayude a descubrir las múltiples conexiones entre la salud física y la salud mental. Al fin y al cabo, la capacidad para sanar o enfermar la llevamos dentro.

LA SALUD AMBIENTAL

Todos nos hemos preguntado alguna vez por qué nos levantamos tan cansados por las mañanas, o por qué somos incapaces de relajarnos en nuestra propia casa, o qué es lo que nos saca de nuestras casillas nada más pisar la oficina. De cuando en cuando sentimos una descarga de malas vibraciones, se nos enciende la luz de alerta. Luego lo olvidamos y volvemos donde estábamos: dolores de cabeza, malestar general, cansancio permanente.

Tal vez los chinos tengan la respuesta. Más concretamente, los chinos de Hong Kong, expertos en un arte, religión o ciencia que llaman *feng shui* y que es como la medicina oriental aplicada a la «curación» de los espacios.

Hasta hace un par de décadas, el *feng shui* (literalmente, «viento y agua») se consideraba poco menos que una superchería, cosa de brujos y chamanes. Hoy por hoy trabajan en Hong Kong más de un centenar de expertos dedicados a diseñar hogares y oficinas de acuerdo con sus principios, que combinan la geomancia, la astrología, las creencias taoístas y el sentido común.

En Estados Unidos, la vieja sabiduría —cuatro mil años de antigüedad— está pasando por el filtro occidental y son ya una larga veintena las empresas especializadas en descifrar y aplicar «el lenguaje invisible de las cosas». La preocupación por la salud ambiental ha llegado también a España, donde existe ya una asociación nacional de *feng shui* y varios arquitectos e interioristas especializados.

Daniel Villegas, del estudio Arquieco, ha sido uno de los pioneros en nuestro país: «Existe mucho desconocimiento todavía, pero la gente está comenzando a darse cuenta de que hay edificios verdaderamente "enfermos". Me llaman sobre todo para realizar "curas" en viviendas donde los moradores sufren insomnio u otras alteraciones psicosomáticas... Y los resultados suelen ser

sorprendentes».

Un giro en la orientación de la cama, un cambio en la disposición de los muebles o una hábil combinación de espejos pueden bastar para que el *chi* o energía vital circule sin barreras. A veces, el mal de la casa es más profundo, como cuando existen «zonas muertas» detrás de una columna o en el hueco de una escalera. Los expertos en *feng shui*, en cualquier caso, tienen remedios para todo y están convencidos de que no sólo la salud, también la fortuna y las relaciones personales dependen en gran medida de los espacios en que nos movemos.

«El *feng shui* sirve para corregir los desequilibrios y restablecer la armonía con nuestro entorno», sostiene William Spear, autor de uno de los mejores libros sobre el tema y tal vez el experto más cotizado en Norteamérica. «Más que como una ciencia o un dogma, lo veo como una capacidad intuitiva. El equilibrio interior, que es la llave de la salud, se puede lograr con pequeños ajustes en el exterior. Lo ideal sería imitar el orden de la naturaleza, que es donde mejor solemos sentirnos».

Spear despacha unos trescientos encargos al año: bancos, tiendas, espacios públicos, oficinas… A los lugares de trabajo les da tanta importancia como a los hogares, pues es donde más horas solemos estar activos a lo largo de la semana. El color de las paredes, la ausencia de luz natural, la calidad de la luz artificial o la profusión de columnas con sus inoportunas aristas (fuentes de energía negativa) son aspectos que tienen muy en cuenta los expertos en *feng shui.*

Los edificios «enfermos» pueden acabar contagiándonos el mal y hacernos más proclives a la depresión, al estrés y a un sinfín de dolencias musculoesqueléticas. Tenemos la ingenua idea de que, trabajando en una oficina, los riesgos son mínimos. Craso error: el aire que respiramos es un centrifugado de compuestos orgánicos volátiles, sustancias que desprenden los materiales artificiales y que pueden ocasionarnos todo tipo de dolencias (neuralgias, alergias, fatiga, congestión, irritación en los ojos).

La Organización Mundial de la Salud dio la voz de alarma en 1984: el 30% de las nuevas construcciones en todo el mundo presentaban graves deficiencias de calidad ambiental. El problema es más que preocupante en los edificios «eficientes», diseñados

exclusivamente para el ahorro de energía: la falta de ventilación, combinada con los, productos tóxicos utilizados en barnices, pinturas y moquetas, puede tener un efecto decisivo e insospechado en nuestra salud. El humo de los cigarrillos y la contaminación electromagnética causada por la profusión de ordenadores, impresoras y celulares contribuyen también lo suyo al desolador panorama.

En nuestras manos está, como sufridos trabajadores, el reclamar ambientes laborales menos «eficientes» y más humanos, menos nocivos y más respetuosos con la salud. Mientras las oficinas no se adapten, la solución está en las plantas de interior, capaces no sólo de dar color y alegría a la rutina diaria, sino de absorber los contaminantes y reciclar el aire tantas veces irrespirable.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA UNA VIDA MÁS SALUDABLE

- Practique al menos media hora de ejercicio moderado todos los días, preferiblemente al aire libre. Utilice el gimnasio como complemento, nunca como sustituto. Evite caer en la trampa del culto al cuerpo.
- Rompa su «encierro» voluntario. Procure pasar todo el tiempo que pueda a cielo abierto. Recupere el contacto real con la naturaleza; no se limite a contemplarla desde el coche.
- Reduzca (o suprima) la carne en su dieta. Elimine las grasas saturadas y los alimentos refinados como el azúcar y la harina blanca. Huya de los enlatados, precocinados y congelados. Introduzca cereales enteros, legumbres y verduras y legumbres biológicas de temporada. No abuse de los productos lácteos (puede vivir perfectamente sin ellos). Cocine con aceite de oliva y descubra la soja y todos sus derivados.
- Cambie con las estaciones. Ajuste sus horarios y sus hábitos. Procure levantarse con la luz del día y adelante las comidas y el momento de irse a la cama en otoño e invierno.
- Descubra el poder curativo del silencio. Aisle su casa de los ruidos exteriores y procure reducir al máximo los ruidos interiores (televisión, estéreo, electrodomésticos). Convierta su dormitorio en un santuario para el descanso.
- Regálese al menos media hora de soledad voluntaria a lo largo del día. Aproveche para relajarse o meditar.
- Practique asiduamente la desintoxicación informativa: un día sin televisión, sin periódicos, sin radio y sin Internet. Su ansiedad disminuirá automáticamente.
- Extienda la salud ambiental a su hogar y a su puesto de trabajo. Abra las ventanas a la luz natural. Que nunca falten plantas o flores frescas en su entorno inmediato.

- Libérese de sus adicciones. Las terapias alternativas pueden ayudarle a dejar el tabaco o el alcohol.
- Haga limpieza general en su botiquín y deje sólo los medicamentos absolutamente imprescindibles. Sustituya la automedicación por los remedios naturales (pero no abuse de los suplementos y las vitaminas). Conózcase mejor a sí mismo. Contraste los diagnósticos siempre que pueda.

DE PRISA, DE PRISA

¡TIEMPO!

Nuestras vidas se parecen cada vez más al patético ir y venir de un entrenador de baloncesto: izquierda, derecha, izquierda, marcando los pasos al ritmo contagioso del cronómetro, tres, dos, uno, cero, pendientes de los minutos y los segundos como si fuesen el filo de una guillotina y estuviésemos siempre con un pie en el patíbulo. Nuestros días se han reducido a eso, un llegar y salir sin punto de partida ni meta posible, un morir constante por lo poco que nos queda y lo mucho que nos falta para esto y aquello.

Unas ganas incontenibles de subirse a lo más alto de una montaña y dejarse la garganta gritando: «¡Tiempo!».

Desde que nos levantamos con el «pistoletazo» del despertador, acometemos la jornada como si fuera una carrera de obstáculos. Los rígidos horarios laborales, comerciales y escolares no dejan alternativa. Acción, más acción. Todo el día jalonado de obligaciones, citas y compromisos. Ni un solo instante para reflexionar, o para detenernos a escuchar nuestro ritmo natural. Tal vez mientras subimos en el ascensor, o cuando estamos encajonados en mitad de un atasco...

El mundo que nos rodea está lleno de tipos con los relojes adelantados. La dinámica que nos imponen no concede un respiro, no perdona un retraso. En el trabajo, camino del trabajo, a la salida del trabajo, nos urgen con mensajes como «¡Aún estás a tiempo!», «¡Adelántate!», «¡Ahora o nunca!».

Si encendemos la televisión, más vértigo: los anuncios, que hace treinta años duraban una media de cincuenta y tres segundos, ahora rondan los veinticinco. Las grandes cadenas cuentan con dispositivos electrónicos cuya única finalidad es la de maximizar el tiempo de emisión y eliminar los segundos «muertos». El mismo rasero se aplica a los «cortes» de noticias en los telediarios, cada vez más breves para adaptarlos a las pautas comerciales.

Apremiados estamos, y el ordenador, con ese corazón que late en nanosegundos y ese reloj incorporado que avanza implacable, es como un tirano invisible que nos está controlando minuto a minuto.

Al final, todos los inventos que se supone sirven para ganar tiempo no consiguen sino crearnos una angustiosa opresión y situarnos permanentemente al borde de la taquicardia, obcecados con el paso presuroso de las horas.

El tiempo vuela, pero menos rápido de lo que a menudo creemos. El doctor Larry Dossey, pionero en terapias de desaceleración, se lo demuestra a sus pacientes con una prueba infalible: sin relojes a la vista, les pide que cierren los ojos y cuenten mentalmente un minuto. Muchos de ellos creerán haber llegado al final cuando falta todavía la mitad…

Minutos de treinta segundos, horas de treinta minutos. Ese efecto de distorsión del tiempo lo padecen no sólo ejecutivos en situación límite; también profesionales con trabajos aparentemente menos estresantes, e incluso amas de casa con cuadros de galopante ansiedad.

«Vivimos acelerados, con la sensación de que los días no tienen suficientes horas —explica el doctor Dossey en *Space, time and medicine (Espacio, tiempo y medicina)*—. El entorno no nos da tregua; y lo malo es que cuando llega el fin de semana tampoco somos capaces de desconectar […] Nuestro cuerpo y nuestra mente tienen un límite. Podemos forzarlos más o menos, pero tarde o temprano nos acabarán pasando factura».

Lo que comúnmente conocemos como estrés, Dossey lo llama el «mal del tiempo». En ese cajón de sastre caben la fatiga crónica, las jaquecas, el insomnio, el estreñimiento, la hiperactividad, los problemas dermatológicos, los desarreglos estacionales, la depresión. Y el único modo de combatirlo, según el doctor, es «con un cambio drástico de estilo de vida que nos obligue a estar más en contacto con nuestros ritmos biológicos y menos a expensas del tic-tac del reloj».

FAST-FOOD

Con precisión relojera, la Unión de Bancos Suizos calculó en 1997 cuánto tiempo hay que trabajar en distintas ciudades del mundo para poder costearse una hamburguesa. Encabezan la lista Tokio y Chicago, donde el precio de un *big mac* equivale a ocho «minutos trabajados». Le siguen Hong Kong (once minutos), Nueva York y Viena (doce), Montreal y Sydney (catorce), y así hasta llegar a Madrid, que ocupa el décimo lugar con treinta y cuatro minutos. En el furgón de cola, Caracas y Nairobi, donde haría falta sudar la camiseta ciento diecisiete y ciento noventa y tres minutos, respectivamente, para ponerse en la cola de un Burger King o un McDonald's.

De todo esto deducimos que cuanto más desarrollado está un país, menos minutos hay que trabajar para ganarse a pulso una hamburguesa. Lo que no especifica la Unión de Bancos Suizos es el tiempo que se invierte en devorar el objeto de estudio, que a buen seguro varía ostensiblemente según la ciudad: mientras en Nairobi acaban de comerse la primera hamburguesa, en Tokio, Hong Kong o Nueva York deben de ir ya por la sexta o la séptima.

Conclusión: el *fast-food* es la epidemia que a mayor velocidad se está comiendo el planeta.

Nadie lo hubiera dicho hace quince o veinte años. Costumbres tan arraigadas y nuestras como el café, copa y puro, cediendo el terreno al imperio de la comida rápida autóctona (Bocatta y Pans & Company). La cena, servida en bandeja por Telepizza, Telelechal, El Pollo Veloz o por Fast Chicken. Hasta las copas te las trae a casa Telecubata o Telebotellón, por si da pereza levantarse al mueble-bar.

Nuestro estilo de vida se está americanizando a marchas forzadas. Si ya han triunfado el *lunch* frugal y la comida a domicilio, poco tardará en imponerse la quintaesencia del *american way of life*,

diseñada —cómo no— para ahorrarnos ese tiempo tan preciado que malgastamos en comer tranquilos y sentados. Hablamos del *drive thru.*

El invento ya está aquí, abriéndose paso en los McDonald's de la periferia: usted, conductor apremiado, llega con su coche a la *speed zone* o «zona de velocidad». Allí verá un letrero luminoso donde está desplegado el menú. Baja la ventanilla y pide lo que desea a través de un pequeño micrófono. Luego avanza unos cuantos metros, siempre al volante. Y en menos de cincuenta y nueve segundos, lo podrá recoger alargando el brazo. Que aproveche...

Los americanos tienen cada vez menos tiempo para comer: veintinueve minutos por término medio. La hora libre como la de antes, sesenta minutos, es un privilegio al alcance tan sólo de uno de cada diez trabajadores. El 39% confiesa que ni siquiera se toma una pausa para el almuerzo: o devora un sándwich sobre el teclado o se salta la comida sin más. Perdonable indulgencia.

Los tiempos cambian y los menús se adaptan. En Estados Unidos funcionan ya decenas de compañías especializadas en llevar la comida no a domicilio, sino directamente a la oficina. Los restaurantes de mesa y mantel han tenido que abrir secciones donde se sirve el *timely lunch*: almuerzo contrarreloj en media hora. Un minuto más, y tiene derecho a reclamar: «Me lo den gratis».

«El increíble hundimiento de la comida», titulaba el *New York Times* a toda página, mayo de 1997: «En este mundo corporativo, presidido por el despido libre, la presión laboral, el correo electrónico y las obligaciones familiares, una comida de sesenta minutos es todo un lujo».

«Hace tiempo que la comida dejó de ser un momento de deleite y evasión —apunta Mildred Culp, que dirige una consultoría de trabajo en Seattle—. La gente está obsesionada por ganar tiempo como sea, y una manera de hacerlo es renunciando a la hora del almuerzo».

El ejemplo está cundiendo en Europa: hasta nuestros vecinos franceses han renunciado en los últimos años al arte del buen comer. Según *Le Fígaro*, los galos le dedicaban al almuerzo una media de cuarenta minutos en 1997, casi una hora menos que en 1977. La costumbre tan americana del *take out* (comida para llevar a la oficina) se está imponiendo con la excusa de tener más tiempo.

Lo malo es que el tiempo «ganado» es más bien tiempo perdido: el reloj nos pisa siempre los talones y acabamos saliendo a la misma hora o incluso más tarde, comidos de ansiedad y con el estómago pidiéndonos a gritos algo reconfortante y caliente.

Lo dicho de París o de Manhattan, salvando las distancias, vale para Madrid o Barcelona. Aquí no tenemos yuppies haciendo cola en los puestos de perritos calientes, pero cada vez son más los que sacrifican la comida por el *big mac* (veinticinco millones de unidades al año) o por el bocata de turno en los McDonald's a la española.

Las dos o tres horas de antaño para el almuerzo pasaron a la historia. Siguiendo el ejemplo de las multinacionales, nuestras empresas se están adaptando a los nuevos tiempos: una hora para comer y gracias.

«Todos estos cambios estarían muy bien si nos sirvieran para aprovechar más racionalmente el tiempo y saliéramos de las oficinas a las cinco o a las seis de la tarde, pero lamentablemente no es así». Lo dice Lola Rodríguez, más de diez años de experiencia en selección de personal: «Estamos fundiendo los horarios españoles con los americanos, sus costumbres con las nuestras, y al final pasa lo que pasa, que la gente se va de casa a las ocho de la mañana y no regresa hasta las nueve o las diez de la noche».

¿Soluciones? Los hay que piensan que nada mejor para desacelerarse que tomárselo con calma a la hora de la comida. Primer plato, segundo y postre. Café, licor y palique para estirar lo más posible la sobremesa...

Roma, baluarte de la resistencia contra la invasión del *fast food*. Allí nació a primeros de los noventa la asociación *Slow Food*, en respuesta al desembarco de McDonald's. Cuentan ya con más de cuarenta mil miembros, repartidos en cuarenta países. Abogan por las comidas «lentas» y se niegan a medir los minutos por el rasero de las hamburguesas.

EL TIEMPO ES DINERO

Bill Gates, el hombre más rico de Norteamérica, sabe muy bien lo que vale el tiempo. Por eso, cuando convoca a la plana mayor de Microsoft decide olvidarse del reloj y entregarse suavemente al vaivén de su mecedora. El tic-tac lo marca él, con sus idas y venidas. Los demás no tienen más remedio que adaptarse a su *tempo*.

Tom Jackson, presidente de la firma Equinox, impone un minuto obligatorio de silencio antes de empezar las reuniones. De esa manera consigue frenar en seco la sensación de urgencia y crear una atmósfera distendida y relajada, mucho más propicia para la comunicación…

En ningún otro lugar como en el trabajo se libra una batalla más desigual contra el reloj. La gran mayoría no tenemos el privilegio de sentarnos en una mecedora, como Bill Gates, ni de poder imponer una pausa como la de Tom Jackson. Día tras día, nos sentimos un poco quijotes, espoleados por los molinos de viento del tiempo.

El tiempo es dinero, nos dijeron. Con esa máxima, grabada a sangre y fuego, afrontamos la jornada laboral. Y así, hasta cuando no producimos hay que fingir que lo hacemos, porque está mal visto pararse un momento, corregir la postura, hacer una pausa reflexiva.

En cientos de empresas españolas, el deporte favorito es el «tiempo fachada»: las horas de más que pasamos en la oficina por guardar las apariencias, por no figurar en la lista negra del jefe, por que no digan. Nadie paga por esas horas extras pero son el salvavidas al que se agarran los empleados temporales pendientes de renovación (y los fijos que no quieren ganarse fama de «escaqueadores»).

En Estados Unidos, el «tiempo fachada» comienza a estar mal visto por las propias empresas. «Trabajar inteligentemente es mejor que trabajar prolongadamente», decía una cartel colgado en la sede

neoyorquina de United Technologies. Menos horas y más eficiencia fue el nuevo lema de la compañía, que incitó a sus empleados a que se tomaran «pausas estratégicas» y a que aprovecharan la hora del almuerzo para reponer fuerzas y tomar el aire. A las seis de la tarde, por «imperativo» empresarial no quedaba en las oficinas un alma.

Aunque casos como los de United Technologies, lamentablemente, no abundan. Según la economista de Harvard Juliet Schor, hoy por hoy se trabaja en Norteamérica casi un mes al año más que hace dos décadas. Los americanos han perdido por término medio el 40 % de su tiempo libre y ahora disfrutan tan sólo de diecisiete horas semanales de esparcimiento.

En España, las estadísticas dicen que en 1996 trabajamos 5,93 horas menos que en 1995. Aunque la percepción real es muy distinta, y la gente admite sentirse cada vez más atrapada en la espiral del trabajo. En bastantes compañías, eso sí, se ha optado por pequeños ajustes para adelantar la hora de salida.

El nuestro es, sin duda, el país occidental donde más tarde se sale de trabajar por norma. Los peculiares horarios a la española, que tanta extrañeza siguen causando allende nuestras fronteras, se pelean sin remedio con la jornada estándar a la americana o a la europea: de nueve a cinco.

«El problema en España es que las compañías no están bien estructuradas y son por lo general poco sensibles a los múltiples problemas de los trabajadores» afirma Lola Rodríguez, la experta en formación de personal que conocimos en páginas anteriores.

Lola lleva varios años intentando introducir en las empresas españolas el concepto del control del tiempo; sin excesivo éxito, reconoce: «No somos conscientes de los vertiginosos cambios sociales por los que estamos pasando. Todo esto es muy difícil de digerir, y la gente lo está pagando con su salud física y mental».

Coincidencia general entre los expertos: el ritmo de trabajo impone la pauta al resto de nuestras actividades. Si perdemos las riendas del tiempo en la oficina, lo más probable es que el resto del día corramos desbocados: nuestro comportamiento frenético acabará salpicándolo todo, desde la vida familiar a la tabla de ejercicios del gimnasio.

Las empresas no ayudan, es cierto, pero tal vez ha llegado el momento de dejar de comportarnos a la desquiciada manera de

Charlie Chaplin en *Tiempos modernos*. No hace falta someternos a programas draconianos de control del tiempo; basta con firmar una tregua con el reloj minutos antes de fichar en el trabajo.

BREVE ELOGIO DE LA SIESTA

Las buenas costumbres se pierden; entre ellas, la siesta. Pese a la creencia arraigada, sobre todo más allá de nuestras fronteras, el 81 % de los españoles no reposa a pierna suelta después de comer, ni siquiera los fines de semana.

«Los datos demuestran que la siesta no está tan generalizada en España como se creía» (sostiene el informe del CIRES 1995-1996, en el capítulo dedicado al uso del tiempo). Quienes la duermen, además, no suelen ir más allá de los veinticinco minutos, preferentemente sentados y sin caer en un sueño profundo. Lo justo para reponer fuerzas.

La típica «cabezadita» a la española ha servido de inspiración a los expertos en control del tiempo, que han acuñado el término de *power nap* (la «siesta del poder») y lo han recomendado encarecidamente como uno de los mejores remedios contra el agotamiento y el estrés.

Los psicólogos también lo aconsejan como remedio infalible contra la epidémica falta de sueño: de las nueve horas que se dormía a principios de siglo, hemos pasado a las seis y media. Setenta millones de estadounidenses, se calcula, sufren trastornos de alteración del sueño (insomnios, narcolepsias, apneas). Muchos de ellos se someten a tratamiento en los tres mil centros especializados en la nueva «dolencia».

La solución, casi siempre, pasa por pequeños grandes ajustes en el estilo de vida. Primer consejo: adelantar el momento de irse a la cama a las once de la noche. Segundo: hundirse veinte minutos en el sillón o en el sofá entre las dos y las cuatro de la tarde.

Está demostrado que el rendimiento laboral cae en picado a mitad de jornada, cuando el desgaste físico y mental se da la mano con el proceso digestivo. La manera más efectiva de combatir el bajón de la sobremesa es precisamente cerrando los ojos y entrando

en una franja de sueño superficial. Al salir de ella, tendremos la sensación de haber roto la continuidad y haber creado una nueva frontera temporal.

La práctica del *power nap* es especialmente recomendable en jornadas maratonianas como las de los altos ejecutivos (de diez a doce horas diarias) o en horarios tan «estirados» como los nuestros…

Cuatro de cada cinco españoles tiene la sensación de que no sabemos distribuir bien el tiempo, que se organizan mucho mejor en otros países europeos, sobre todo en Alemania.

A mayor estatus social mayor dificultad para planificar los días y las horas. El 43 % reconoce que le falta tiempo para «hacer todo lo que quiere» y el 89% desearía dedicarle más atención a la familia y a los amigos, la opción que encabeza la lista de «asignaturas pendientes». Le siguen, por este orden, ocio y deportes, vida cultural y actividades de voluntariado.

Pese al «boom» de las ONG, tan sólo uno de cada cinco españoles regala su tiempo en forma de trabajo no remunerado (frente a uno de cada dos en Estados Unidos). Uno de los factores que más pesan en el otro extremo de la balanza es la rigidez de las jornadas laborales: el 60 % desearía una mayor flexibilidad de horarios.

Nuestra incorporación a la Unión Europea y el mimetismo hacia todo lo que viene de Norteamérica están creando en nuestro país un batiburrillo de horarios comerciales y laborales. Por un lado, la funcionalidad que nos llega. Por otro, ritos ancestrales —«cerrado de dos a cuatro y media»— que tal vez se acaben evaporando como la añorada, saludable y poderosa hora de la siesta.

EL RELOJ INTERIOR

Dice la leyenda que el primer reloj moderno —con mecanismo de pesas colgantes— lo inventó en el siglo X un monje llamado Gerbert, que más tarde sería el papa Silvestre II. Creámoslo o no, lo cierto es que durante la Baja Edad Media la medición del tiempo fue un empeño que obsesionó sobremanera a los monjes. Para el resto de los mortales, sólo existían los días con sus noches (y el lejano tañer de la campana, que llamaba ocasionalmente a plegaria).

Aunque en el siglo XIII ya abundaban los relojes mecánicos, parece que hubo que esperar hasta el año 1345 para que fuera de uso común la hora de sesenta minutos. Desde ese momento, el tiempo deja de ser lo que era —una secuencia regulada por los fenómenos naturales— para convertirse en un instrumento arbitrario de control, una herramienta para sincronizar las acciones de los hombres. La torre del reloj comienza a marcar la pauta en las ciudades.

En el siglo XVI, un mecánico de Nuremberg, Peter Henlein, logra atrapar el tiempo en una caja, rellena de ruedas metálicas dentadas. Inventado queda el reloj doméstico, que al poco se convertirá en codiciado objeto de deseo de las clases pudientes, signo inconfundible de poder y estatus (como en nuestros días el coche o el teléfono móvil). Ser «tan regular como un reloj» es una de las reglas de oro en el manual de comportamiento de la burguesía. Nace el concepto de la puntualidad.

Todo esto lo cuenta Lewis Mumford en un clarividente libro —*Técnicas y civilización*— que no ha envejecido nada desde que fue escrito (1934). Sostiene Mumford que es el reloj, y no la máquina de vapor, la auténtica llave maestra de la revolución industrial: «El reloj marca la perfección a la que las otras máquinas aspiran [...] Gracias a él es posible la producción regular y la administración del

poder [...] Su presencia es ubicua y terminará dirigiéndolo todo, desde el momento en que nos levantamos hasta la hora del descanso».

El reloj se acaba convirtiendo en una especie de segunda naturaleza superpuesta: nos fiamos más de él que de nuestro propio pálpito, acabamos disociándonos de nuestro tic-tac «biológico» para entregarnos a una noción abstracta que jamás cuestionamos. La religión del tiempo.

Mientras las culturas orientales dejaron correr con parsimonia los meses y los años, los occidentales nos lanzamos con devoción cartesiana a la medición exacta de los minutos y los segundos. En el siglo XVIII aparece el cronómetro, y empezado el siglo XX llega lo que Mumford considera la sublimación máxima del tiempo como instrumento de poder: el concepto de hombre-máquina acuñado por el constructivismo soviético.

Murió Mumford en 1990, condenando la sociedad de consumo como «la era de la desesperación» y haciendo una proclama a favor del hombre frente a la tiranía de la máquina.

Recoge el testigo Jeremy Rifkin, autor del libro (*Time Wars*) que abrió en Estados Unidos la batalla del tiempo. «Según se ha acelerado nuestro tren de vida, hemos perdido definitivamente el contacto con los ritmos biológicos del planeta —asegura Rifkin—. Nuestro tiempo no está ya regido por los amaneceres, ni por las mareas, ni por los cambios de estación. Hemos creado una atmósfera totalmente artificial, gobernada por impulsos mecánicos y electrónicos».

Rifkin nos alerta contra quienes quieren robarnos el pulso y la respiración (nuestros «relojes» naturales) y afirma que vivimos en riesgo constante de «autoaceleración». Finalmente clama por un movimiento mundial a favor de la ralentización. ¿Su lema? *Slow is beautiful* Lo lento es bello.

En Ámsterdam, a finales de 1996, decenas de profesionales de todas las ramas (diseñadores, arquitectos, empresarios, científicos, ambientalistas) acudieron a una especie de «cumbre de la lentitud» en el Netherlands Design Institute. Entre otros invitados, Danny Hills, pionero de la era de los superordenadores, embarcado ahora en una tarea menos apremiante pero igualmente ardua: la construcción del reloj más pausado del mundo, capaz de marcar

solamente el paso de los milenios.

Allí estuvo también Wolfgang Sachs, ambientalista alemán y miembro de la Asociación por la Desaceleración del Tiempo: «En nuestro mundo acelerado ponemos toda la energía en las llegadas y en las salidas, de manera que no nos queda casi nada para el momento de la experiencia misma... Lo lento no es sólo bello, sino necesario y razonable».

No faltaron sin embargo en Ámsterdam los partidarios de la aceleración, como el profesor Stephen Kern, de la Universidad de Illinois: «Cuando algún invento ha servido para movernos a mayor velocidad, siempre han saltado los alarmistas. En 1830, los trenes alcanzaron los cincuenta kilómetros por hora y ya entonces hubo quien pronosticó que se nos iban a desencajar los huesos... Las tecnologías que promueven la velocidad son esencialmente buenas. El hombre nunca ha apostado por la lentitud en ningún momento de la historia».

Bueno, quizás haya llegado ese momento. O tal vez, como dicen otros, convendría reclamar a estas alturas la «democratización» del tiempo, de modo que el tic-tac no lo marcaran exclusivamente los poderes económicos y que hubiera tantos carriles, según la velocidad deseada, como en las autopistas americanas.

Llegamos de esta manera hasta Rhinebeck, Nueva York, y allí preguntamos por el Instituto Omega, una especie de universidad alternativa consagrada al estudio de las más insospechadas disciplinas. Entre ellas, el control del tiempo.

El profesor Stephan Rechtschaffen nos da la bienvenida y nos quita los «grilletes» de las muñecas: «Liberémonos de la tiranía perenne del reloj; imprimamos un giro copernicano a nuestra idea del tiempo».

El cursillo se llama como su libro, *Times hifting (El giro del tiempo)*, y los asistentes son mayormente profesionales urbanos que no saben cómo liberarse de la trampa del estrés. «El ritmo de vida que llevamos es una huida constante del momento presente —les dice Rechtschaffen—. Tenemos que aprender a atrapar el ahora y disfrutar de él.

»¿Alguien se ha parado a escuchar alguna vez su reloj personal? —pregunta Rechtschaffen. Y los asistentes, claro, se miran con incredulidad—. No podemos pelearnos con los horarios impuestos,

pero tampoco podemos hacernos esclavos. Tenemos que ser capaces de fluir con el tiempo».

Meditación, visualización, respiración, por ahí se empieza. Rechtschaffen impone luego «deberes» como las «pausas conscientes» (altos en el camino para recuperar el timón del tiempo) o los «paréntesis temporales» (momentos sagrados en los que no permitiremos que nada interfiera en nuestro ritmo interior). El «profesor del tiempo» reclama también la utilidad de tareas mundanas —planchar, barrer, fregar los platos— que nos servirán para volver a poner los pies en la tierra.

Como colofón, teoría y práctica del tiempo espontáneo: un día sin planes de ningún tipo, sin compromisos sociales y sin actividades programadas, la improvisación como máxima. Rechtschaffen lo recomienda por lo menos un par de veces al mes, preferiblemente los sábados. No se ha inventado mejor antídoto contra el reloj.

INTERFERENCIAS

Según marcamos el teléfono, escuchamos una voz anónima que nos invita a comprar cualquier cosa. Conectamos con nuestro interlocutor, y al cabo de minuto y medio se cuela de nuevo la insidiosa voz: compre esto, compre lo otro. Intentamos seguir hablando, pero en lo más álgido de la conversación vuelven a interrumpirnos con la misma cantinela: no espere más, cómprelo.

En el sector de las telecomunicaciones, las posibilidades son infinitas, ya se sabe. Lo último: llamadas gratuitas a cambio de mensajes publicitarios. Por ahorrarnos unas pesetas, cedemos el derecho a que se entrometan en nuestras conversaciones a las primeras de cambio.

La idea surgió en Suecia e Italia, de ahí pasó a Alemania y ahora anda extendiéndose por todo el mundo. En los tímidos inicios, los magos del marketing no estaban del todo convencidos. Pero el mercado respondió a lo grande: miles de usuarios no tienen el menor inconveniente en aderezar con publicidad sus cháchara telefónicas.

Así es la vida, una sucesión atropellada de interrupciones a las que no solemos dar la menor importancia. Pequeños obstáculos ante los que nos frenamos en seco sin posibilidad de sortearlos. Lapsos de tiempo «robado» que pesan al final del día lo que un fardo cargado de plomo.

Gracias al teléfono móvil y al «busca», el estado de no interrupción queda aniquilado por completo. Más difícil todavía: el reloj-mensajero acuático, capaz de avisarnos mientras buceamos de que acaba de entrar un mensaje en nuestro buzón electrónico.

En el cine o en el metro, en el restaurante o en la cafetería de la esquina, no hay momento en que uno pueda librarse de los molestos pitidos, imperdonables interferencias en las vidas ajenas. El usuario del móvil, urgido por la necesidad de responder de inmediato, no es

consciente del desasosiego, la zozobra, la indignación que provoca en aquel con el que hablaba cara a cara unos segundos antes.

Una reacción parecida es la que suele causar la «llamada en espera»: ahí te quedes. En España se utiliza mayormente en las empresas, pero en Estados Unidos es de uso común en los hogares, de modo que cuando uno llama por teléfono y lo cogen al instante, la primera pregunta es más que obligada: «¿Estás hablando por la otra línea?».

Detrás de la «llamada en espera» se esconde nuevamente el interés económico: miles, millones de conexiones que pasan a engrosar las arcas de las compañías telefónicas y que antes se estrellaban contra la señal comunicando. Lo que los usuarios salimos ganando es seguramente menos de lo que perdemos.

Las centralitas automáticas, otra insidia. Uno llama con toda su buena intención y, al cabo de cinco minutos, sigue navegando en un mar impersonal de opciones y números. Están también las que nos piden que tecleemos el nombre de la persona con quien queremos hablar, y una vez llegado al objetivo... otra máquina: contestador al quite.

A los contestadores, sin embargo, se les puede estar agradecidos: su principal virtud es la de filtrar las llamadas indeseadas. Además, nos permiten silenciar el teléfono a partir de cierta hora sin ningún remordimiento... ¿Quién nos obliga a cogerlo siempre que suena? ¿Por qué tenemos que interrumpir perentoriamente lo que estemos haciendo para hablar con quien menos nos apetece?

Más interferencias, el correo electrónico. Concebido como un modo de agilizar y abaratar las comunicaciones, acaba convirtiéndose en una trampa si se instala en casa. Por si no tuviéramos bastante con el correo indeseado que nos llega por carta, terminamos incorporando a nuestra rutina la apertura —diurna y nocturna— de nuestro buzón informático, que nos apremia además a contestar sobre la marcha.

El ordenador, con su prodigiosa habilidad para hacer dos o tres cosas al mismo tiempo, parece haber contagiado a los ejecutivos americanos un mal cada vez más frecuente. Allí los llaman *time slackers* o «prófugos del tiempo», incapaces de concentrarse en una sola tarea y permanentemente necesitados de mudarse de una a otra (aun a riesgo de dejarlas todas inconclusas).

La televisión, los periódicos, la radio no sólo interfieren en nuestra actividad cotidiana; más bien irrumpen en ella sin pedir permiso, con total desfachatez, cuando aún nos estamos desperezando. Uno lleva aún grabada, como si la siguiera escuchando todas las mañanas, aquella voz tenebrosa, impertinente e hipnótica del locutor de Radio Hora: «Son las siete y veinticinco minutos, hora exacta. Veinticinco muertos al descarrilar un tren en…».

SUBIRSE A LA CORRIENTE

Los psicólogos lo llaman el «flujo» o la «corriente». Y también: la «zona zen», el estado de gracia, la armonía perfecta. En suma, la felicidad fugaz que uno experimenta cuando siente que todo fluye, que el tiempo es suyo, que hemos conseguido atrapar mágicamente el aquí y ahora.

Mihaly Csikszentmihalyi, profesor de la Universidad de Chicago, lo ha bautizado en un libro como *La experiencia óptima*: «Se trata de un estado físico, intelectual y emocional que nos transporta como a otra dimensión».

El 85% de la gente lo ha experimentado alguna vez, y el 20 % confiesa llegar a sentirlo todos los días. A la «corriente» se llega por vía de la concentración y la abstracción. A veces basta con la repetición mental de ciertas palabras clave, o con enfocar la vista a un punto inmóvil; en otras, hay que recurrir a técnicas más complejas de visualización o autohipnotismo. Se puede aprender a entrar en ella desde niño, y aplicarla mayormente al estudio y al trabajo.

Quienes mejor conocen la «corriente» son los deportistas. Los atletas, los arqueros y los remeros del equipo olímpico americano la pusieron en práctica en Atlanta (el equipo español también experimentó en gimnasia). Se trata, en definitiva, de lograr el mayor rendimiento posible poniendo el énfasis exclusivamente en lo que se está haciendo en ese momento y evitando distracciones mentales que frecuentemente nos trasladan al futuro y al pasado. El secreto está en saber mantenerse en un estado de «concentración relajada».

El «flujo», sostiene el profesor Csikszentmihalyi, es perfectamente alcanzable en nuestra vida cotidiana: «Basta con ubicarse mentalmente en esa delicada franja que separa el aburrimiento de la ansiedad, que son los dos extremos entre los que

habitualmente nos movemos».

Cuando metemos el pie y la cabeza en la «comente», nuestra percepción del tiempo cambia como de la noche al día. Fluimos con el agua y nos sumergimos en una especie de atemporalidad. Las horas nos parecerán minutos, y los minutos, horas. «Lo que ocurre en nuestra mente en esos momentos tiene muy poco que ver con la forma convencional de acotar el tiempo a que nos tiene habituados el reloj», asegura Csikszentmihalyi.

El autor de *La experiencia óptima* nos sugiere que saltemos con frecuencia a la «corriente» como una forma de disfrutar más del momento y acercarnos a la felicidad: «Hay dos estrategias que podemos adoptar para mejorar nuestra calidad de vida. La primera es cambiar las condiciones externas para que se ajusten a nuestros objetivos. La segunda es cambiar el modo en que experimentamos desde dentro esas condiciones externas».

Vivir el ahora de una manera mucho más consciente. Algo parecido nos proponen Diana Hunt y Pam Hait en *El tao del tiempo*, un intento de tender un puente entre la milenaria filosofía oriental y las rígidas prácticas empresariales de *time management* en Occidente:

«Hay que descubrir el regocijo de concentrarnos en la tarea y no en el minutero. Los temores que alimentan la aceleración —no terminar a tiempo, dejar asuntos inconclusos al final del día, no llegar nunca al meollo de la cuestión— se evaporan cuando abandonamos la planificación innecesaria para vivir en el ahora. Al confiar en el momento presente, nos liberamos de la presión del tiempo».

La meta, pues, es olvidarse por completo del reloj. Aprender a sembrar el día de «ahoras intencionales», que serán como los hitos que nos van marcando la pauta. Disfrutar sin agobios de la sensación de que no existe el tiempo.

¿Y las interrupciones? «No son necesariamente malas», dicen Hunt y Hait. Podemos aprovecharlas como «llamadas de alerta» para entrar en nueva secuencia temporal, o como pausas reflexivas: «En vez de coger automáticamente un teléfono, déjelo sonar dos o tres veces, y antes de descolgar, respire hondo para no acumular tensiones».

Habrá que evitar, eso sí, el exceso de compromisos, que no es

sino una acumulación involuntaria y previa de interferencias. La persona que no sabe decir «no», que carece de una «elección consciente», acabará ahogándose en una maratón de compromisos laborales, sociales y familiares.

Las autoras sugieren que no nos obsesionemos con estar permanentemente ocupados y que llenemos nuestras agendas de amplios espacios en blanco, reservados para lo que en filosofía taoísta se conoce como *wu-wei*: «hacer» no haciendo nada.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA MEJORAR LA RELACIÓN CON EL TIEMPO

- Cambie transitoriamente el reloj de pulsera por uno de bolsillo: lo mirará la mitad de veces. Acabe prescindiendo del tictac y déjese llevar por su reloj biológico. Si tiene prisa, o una cita urgente, pregunte. El mundo está lleno de relojes, ¿para qué uno más?
- Duerma sin las persianas bajadas y déjese despertar lentamente por la luz del sol. Evitará el sobresalto del despertador. Con el tiempo, tal vez no lo necesite.
- Abandone el hábito de ver televisión, encender la radio u hojear los periódicos justo antes de irse a la cama o nada más levantarse. Lea mejor un poema o una meditación: le ayudará a descansar mejor o a empezar el día a un ritmo pausado.
- Anticipe la hora habitual de irse a la cama y de levantarse uno o dos días entre semana. Tendrá la sensación de que el tiempo corre a su favor.
- Adapte sus horarios a las estaciones: recójase antes y adelante las comidas en otoño e invierno.
- Nunca se salte las comidas para ganar tiempo. Aprovéchelas como pausas estratégicas.
- Aprenda a decir «no» y renuncie a los compromisos laborales y sociales.
- En el trabajo, cree «paréntesis temporales» en los que nada pueda interrumpirle.
- Al menos dos veces al mes, regálese un día de «tiempo espontáneo», sin planes de ningún tipo.
- Pruebe con las vacaciones troceadas y viaje fuera de temporada. Busque un lugar, preferentemente una isla, que le ayude a

disfrutar de la sensación de atemporalidad.

A TI, MUJER

¿LA «LIBERACIÓN» ERA ESTO?

Al filo de los treinta años, el reloj biológico pasa factura. La mujer que ambicionó llegar muy lejos, que lo sacrificó todo por su carrera profesional, que creyó a ciegas en aquello de la realización por vía del trabajo, frena en seco y se pregunta si la «liberación» era esto.

La posibilidad de tener un hijo se dibuja entonces como una vía de escape al estrés diario, o como una fuente de gratificación personal. Pero cuando llegan los niños, la vida se complica enormemente: la presión laboral es aún más angustiosa, faltan manos para ayudarle en las tareas domésticas, la «doble jornada» se eterniza.

La empresa, dominada por los hombres, no sabe o no quiere entender. La elección final se plantea a modo de ultimátum: entrega incondicional o renuncia absoluta.

Isabel Velloso se vio en esa encrucijada recién cumplidos los treinta y dos años. Nada más tener a su primera hija (ahora son ya tres), se dio cuenta de que su trabajo como periodista «de sol a sol» era del todo incompatible con el cuidado de la niña. Así que tuvo la osadía de pedir una jornada a tiempo parcial…

«Al principio reaccionaron con sorpresa; no sabían que existe una ley que permite a las madres acogerse a una jornada a tiempo parcial. Después me dijeron que el trabajo que estaba haciendo requería una dedicación completa y que no tendrían más remedio que trasladarme a otro departamento. Tuve que renunciar a mi labor de periodista y pasé a ser documentalista, cuatro horas al día. No está mal porque te da libertad: sales del trabajo y te olvidas. Pero no era lo que yo quería. Yo pretendía seguir escribiendo, que es lo mío».

Cuatro años después, Isabel sigue dándole vueltas a su decisión. Está convencida de que hizo bien, aunque a veces siente remordimientos: «Para la mayoría de las mujeres, tan difícil es

llegar como renunciar. Y el problema es que no nos dejan alternativa: o triunfas en el trabajo, o te vuelcas en tu familia. Lo ideal sería encontrar un equilibrio: dedicarte a tus hijos todo el tiempo que te haga falta sin tener que tirar por la borda tu trayectoria laboral».

Isabel se lamenta entre dientes; en el fondo se considera una privilegiada: «Dentro de unos límites, yo he podido elegir, y eso es algo que no está al alcance de la mayoría de las mujeres. Unas, porque tienen contrato temporal; otras, porque con el salario del marido no les llega... Nosotros podemos vivir con sueldo y medio. ¿Mi marido? Gana más que yo, y a la economía familiar le viene mejor que sea él quien siga trabajando a tiempo completo. Los hombres nunca se ven en la tesitura de tener que renunciar».

En igualdad de condiciones, las empresas siguen prefiriendo a los hombres. La «discriminación positiva», a todas luces necesaria para allanar el terreno a las mujeres, la practican en España tan sólo un puñado de empresas (Xerox, AG Technology, Nutrexpa) y de instituciones públicas como la Universidad de Málaga, donde funciona el «agente de igualdad», encargado de velar por la promoción femenina.

Pero, en general, los progresos han sido mínimos, tanto en el terreno social como en el económico. Lo atestigua Cecilia Castaño, editora y coautora de *Salud, dinero y amor* (Cómo viven las mujeres españolas de hoy): «La sociedad no está cambiando sus hábitos de comportamiento al ritmo que sería necesario para apoyar la incorporación laboral de las mujeres. La participación de los hombres en las tareas domésticas es muy baja y en muy pocos centros de trabajo hay guarderías o se ofrecen horarios flexibles o jornadas reducidas a mujeres con responsabilidades familiares».

Las opciones, por lo general, se reducen a dos: o ama de casa, o madre «supertrabajadora» (de catorce a dieciséis horas diarias, sumando la oficina, la prole y los quehaceres hogareños). El trabajo a tiempo parcial en España es un privilegio al alcance del 4,2 % de las mujeres, frente al 30 % de países como Holanda o Dinamarca, tantos años por delante.

El retraso histórico de España es aún más sangrante por el estigma del paro, que se ceba en las mujeres casi el doble que en los hombres. Y eso por hablar de la secular desigualdad a la hora de las

remuneraciones. O del machismo imperante (en el trabajo y en la casa). Nuestra bajísima fecundidad, la más baja de Europa, es una causa indirecta de todo esto.

«La reducción de la natalidad es el coste que ha de pagar la sociedad española por no cambiar sus pautas de comportamiento en función de las necesidades de su mitad femenina —advierte Cecilia Castaño—. Pero éste no es un destino irreversible, como muestra la experiencia de Suecia, Dinamarca y otros países del norte de Europa, donde la natalidad ha vuelto a aumentar en paralelo con la mejora de la condición social de la mujer».

¿Soluciones? Por ley o por sentido común. Austria, sin ir más lejos, ha sido uno de los primeros países en reconocer la obligación legal de los maridos de colaborar en las tareas domésticas. La mayoría de los países centroeuropeos han extendido los permisos de maternidad de uno a tres años (en vez de las dieciséis semanas escasas). En algunos se está intentando incluso rescatar una vieja idea del estado de bienestar: subsidio para el ama de casa. Estados Unidos e Inglaterra, donde la mitad de la población femenina es ya «activa» (frente al 36% en España), van por delante en medidas como horarios flexibles, puestos compartidos, posibilidad de trabajar desde casa o programas especiales para el retorno después de la maternidad.

Aun así, a las mujeres trabajadoras les queda un largo camino, y prueba de ello es la fuga de ejecutivas que se viene detectando en la sociedad norteamericana desde finales de los ochenta. El estrés laboral y la cultura masculina en el mundo empresarial son las dos razones principales de la gran evasión.

Según una encuesta publicada en *Fortune* en 1995, el 87 % de las mujeres con cargos directivos deseaba «un profundo cambio en sus vidas». El 60 % visitaba regularmente el psicólogo, el 46 % tomaba antidepresivos y el 40 % se identificaba con la palabra «atrapada».

En setiembre de 1997 saltó a las páginas del *Wall Street Journal* la sonora dimisión de la *superwoman* Brenda Barnes, presidenta de la división americana de Pepsi Cola, que decidía renunciar a trescientos millones de pesetas anuales para dedicarse por entero a la familia: «No me marcho porque mis tres hijos necesitan tenerme más cerca, sino porque yo necesito estar más con ellos». A los cuarenta y tres años, Barnes confesó sentirse exhausta por la presión

laboral y tuvo que jugársela al «todo o nada».

Elizabeth Perle McKenna, veinte años peleando contra viento y marea en el mundo editorial, se vio ante el mismo dilema. Hasta los treinta y siete, el trabajo fue su prioridad absoluta. Cuando se casó y tuvo un hijo, las piezas empezaron a no encajar: «Tenía una vida profesional. Tenía una vida personal. Las dos eran muy intensas y exigían una dedicación al ciento por ciento. Pero eran dos vidas distintas y cada vez más separadas. Así no podía seguir...».

Todo esto lo cuenta en un libro autobiográfico, *When work doesn't work anymore (Cuando el trabajo ya no funciona)*, ilustrado con decenas de casos como el suyo: «Como la mayoría de las mujeres, no quería esperar a los sesenta para poder disfrutar de verdad de la vida».

Elizabeth se comió la autoestima, el éxito y el sentido de la independencia. Dejó de trabajar; mejor dicho, se despidió de su trabajo remunerado. Se volcó en su hijo, cogió la sartén por el asa y poco a poco fue cambiando de esquemas. Al cabo de unos meses comenzó a escribir en casa lo que luego sería un libro, feliz de haber encontrado por fin el equilibrio entre trabajo, juego, amor y sentido de la vida.

¿Volver a la oficina? Todo se andará... Elizabeth ve en el horizonte una «segunda ola» del movimiento de la mujer, una tendencia que está redefiniendo el concepto masculino de éxito y humanizando los lugares de trabajo: «De momento está ocurriendo a pequeña escala, pero tarde o temprano la situación tiene que estallar: a finales de los noventa, dos tercios de la nueva mano de obra en Estados Unidos será femenina. La pregunta no es ya “¿cómo cambiará el trabajo?” sino “¿cuándo?”».

TRABAJO, DULCE TRABAJO

Barrer. Planchar. Cocinar. Hacer la colada. Fregar la cocina. Quitar el polvo. Pasar la aspiradora. Cambiar los pañales. Dar de comer al niño. En fin, todo eso que invita a huir del hogar y a buscar refugio donde sea, preferentemente en el trabajo.

Al menos una quinta parte de las mujeres se vuelcan en el trabajo porque lo que temen de verdad es la otra «faena», la que les espera en casa y por la que nadie les paga. Con el tiempo, el secreto mejor guardado por los hombres ha quedado al descubierto: la oficina, como vía de escape a los agobios del hogar y a los problemas familiares.

La situación la ha explorado mejor que nadie la socióloga Arlie Russell Hochschild, autora de *The Time Bind: When work becomes home and home becomes work (La soga del tiempo: cuando el trabajo se convierte en el hogar y el hogar en el trabajo)*. Durante tres años, Hochschild estuvo siguiendo los pasos de ciento treinta trabajadores y trabajadoras de una compañía americana para llegar a una sorprendente conclusión:

«La tradicional visión del hogar como un refugio y el trabajo como una jungla no es cierta para muchas mujeres. Los problemas en casa suelen afectarle más que los de la oficina, y la tensión del hogar es a veces más difícil de superar que la presión laboral».

Los psicólogos han acuñado incluso el término de «estrés de la mujer ejecutiva», que combina los síntomas del estrés masculino (ansiedad, hipertensión, fatiga, insomnio) con el de la depresión del ama de casa (frustración, sentimiento de culpabilidad, falta de autoestima). La «soga del tiempo» aprieta por igual en el hogar y en el trabajo. La tarifa que las mujeres han de pagar por el éxito profesional es doble, y las recompensas —si es que llegan— se obtienen más fácilmente en la oficina, de ahí la huida.

Hochschild recoge, entre otros, el testimonio de Linda Avery,

treinta y ocho años y dedicada en cuerpo y alma al trabajo. A sus hijos y a la casa les reserva apenas hora y media todos los días. La niñera y el marido le cubren las espaldas... «Cuanto más tiempo paso fuera de casa, mejor me siento. Es terrible reconocerlo, pero es la pura realidad. Así que casi todos los días trabajo más de la cuenta, aunque no me paguen las horas extras».

A Linda le es más fácil relajarse en la oficina que en casa. Los fines de semana se suele llevar tarea para mantenerse ocupada. Los sábados es la jornada de «libranza» del marido; se va a pescar. La niñera vuelve a tapar el hueco para que ella pueda comprar. Los domingos son los únicos días que ocasionalmente disfruta de la familia al completo, aunque el marido, a veces, se tiene que escapar para cumplir con sus otros hijos (tres, de un anterior matrimonio).

«Hace décadas, eran los hombres los que retrasaban la hora de volver a casa y se entretenían en el bar o, simplemente, prolongando más de la cuenta la jornada de trabajo —escribe Hochschild—. Hoy son las mujeres quienes están siguiendo el mismo ejemplo, y el hogar es poco menos que el lugar donde se acumulan los platos sucios, la ropa sin lavar, los problemas pendientes, los bebés llorando o los adolescentes hastiados delante de la televisión».

Con este panorama, no es de extrañar que la gente se agarre como a un salvavidas a las ocho, nueve o diez horas diarias. Según un estudio del Families and Work Institute en 188 compañías americanas, el 85 % ofrecía algún tipo de flexibilidad laboral (jornada partida, trabajo compartido, teletrabajo), pero sólo el 5 % de los empleados hacía uso del privilegio.

La razón económica es un factor que fuerza a muchas mujeres a la jornada completa: hay familias que necesitan perentoriamente el doble sueldo para salir adelante. Pero no siempre: aproximadamente el 40% de las mujeres americanas podrían permitirse el lujo de trabajar a tiempo parcial y no lo hacen.

Trabajo, dulce trabajo... El caso es que las oficinas tampoco han mejorado sustancialmente desde que la mujer se integró con plenos poderes. Más bien al contrario: los celos profesionales, la competitividad encarnizada, la discriminación y el acoso sexual las han convertido a veces en auténticos campos de batalla.

«Los lugares de trabajo han cambiado más a las mujeres que las

mujeres a los lugares de trabajo —sostiene Hochschild—. Muchísimas mujeres han entrado en el mundo laboral siguiendo la pauta marcada por los hombres, jugando a ser ejecutivas agresivas. Los esquemas de trabajo siguen siendo igual de rígidos que hace veinticinco años, y los hombres no han puesto de su parte en las tareas domésticas. El hogar es, al final, el muro contra el que se estrellan todos los problemas».

MEJOR SOLAS…

Bendita soledad. Cada vez son más las españolas que deciden vivir sin compañía. No son las solteronas de antaño, sino jóvenes profesionales que pueden permitirse el lujo de no depender de nadie. La gran ciudad es su elemento natural, donde mejor podrán escapar a la presión social y más fácil será el encuentro casual con otras almas solitarias.

«Estoy muy a gusto como estoy: por las noches, a veces, se te hace un poco cuesta arriba, pero otras es una auténtica delicia». Laura Aílza tiene treinta y tres años y se gana la vida haciendo traducciones y escribiendo guiones de televisión. Casi todo el tiempo trabaja en casa; su tendencia a la soledad, reconoce, es a veces exagerada…

«¿Pero qué le voy a hacer? Me encanta ir al cine sola, salir a correr sola, ir de compras sola. Antes no era así, salía mucho más. Durante dos años tuve novio y viví con él; estuvimos pensando en casarnos y todo eso, pero al final lo dejamos. Desde que tengo piso propio me estoy volviendo un tanto "especial", pero prefiero cien veces esto a tener que cambiar pañales o a estar peleando por tu espacio propio. Pienso que casarse y tener hijos es una manera de complicarse la existencia».

A Laura le revienta la palabra «soltera» y prefiere la inglesa *single*, que no tiene el estigma social y que además significa «singular» o «persona que decide vivir a solas». «Llaneras solitarias», las bautizaba en 1997 la revista *Harpers & Queen* en un reportaje que exploraba los nuevos estilos de vida de las mujeres en los países occidentales.

Aunque siempre ha habido casos aislados, el fenómeno social de las *singles* es relativamente nuevo en España, donde el 85 % de las mujeres se casa antes de cumplir los veintinueve años. Pese al camino avanzado, aún estamos a mucha distancia de Estados

Unidos, donde en 1996 hubo por primera vez más jóvenes solteras que casadas entre los veinte y los treinta.

En Norteamérica existen publicaciones especializadas (*Single Living*) y asociaciones como *Childfree Network*, que hacen proselitismo de la vida sin hijos. Su creadora, Leslie Lafayette, sólo le ve enormes ventajas a la soledad: mayor autoconocimiento y desarrollo personal; mayor proyección laboral; menor desgaste emocional; menos penurias económicas; menos compromisos sociales; total libertad de acción para viajar, mudarse o cambiar de trabajo; menos tensiones y más tranquilidad de espíritu.

El aislamiento y la depresión son los dos fantasmas que acucian a hombres y mujeres que viven sin compañía. Leslie Lafayette les sugiere que no se recluyan ante el televisor o el ordenador y hagan un esfuerzo permanente por socializar en cafeterías, librerías, gimnasios, clubes de todo tipo o en organizaciones de voluntarios. En última instancia, invita a las «llaneras solitarias» a que se afilien a cualquiera de los cincuenta grupos de apoyo de Childfree Network en Estados Unidos, donde siempre encontrarán algún corazón amigo.

Las *singles* son un grupo no del todo homogéneo. Algunas están dispuestas a vender muy cara su libertad: el noviazgo no entra en sus planes y sólo se «casan» con el trabajo. Otras mantienen relaciones más o menos duraderas, pero procuran no implicarse excesivamente y guardar las distancias. Camino de los cuarenta, más de una renunciaría a su soledad, pero el listón de exigencias a esa edad está ya demasiado alto.

Ante la imposibilidad de encontrar un hombre que dé la talla como padre, las hay que optan por «encargar» un hijo fuera del matrimonio. Los americanos lo llaman el «síndrome de Murphy Brown», en honor a la protagonista de la famosa serie televisiva. Ser madre soltera en Estados Unidos no es ya un castigo del cielo; más bien un motivo de autosuficiencia y orgullo.

Uno de cada cinco hijos nacidos en 1994 en Norteamérica se estaban criando en un hogar sin padre, según la oficina del censo. Disminuía el número de adolescentes embarazadas, pero aumentaban —espectacularmente— las veinteañeras y treintañeras que decidían ser madres sin estar casadas (del 6,7% al 12,9 % en apenas una década).

«En muchos casos estamos ante mujeres económicamente independientes y sin pareja estable, que sienten la necesidad de ser madres y, simplemente, no pueden esperar a encontrar el hombre ideal», comenta Amara Bachu, la autora del informe oficial.

«Mejor sola que mal acompañada», habla la voz de la experiencia: Ronne Mendelson, treinta y cuatro años y un hijo que crece «maravillosamente bien» sin la presencia del padre… «Es un error pensar que un niño se educa con carencias si no lo hace ante los ojos de una pareja estable. Yo crecí en una familia disfuncional y sé lo que se sufre. Es mucho más saludable hacerlo con una sola persona que asume los dos papeles antes que estar soportando tensiones, peleas y abusos».

Ronne vive en Dallas y es jefa de departamento en una fábrica de productos lácteos. Se lleva al niño al trabajo, lo deja en la guardería de la empresa, baja a darle de comer y salen juntos a las cinco de la tarde. ¿El padre? «Vive muy lejos, a más de mil kilómetros. No he tenido problemas con él; se conforma con poco. Como mucho lo ve cuatro veces al año… Nunca he sido capaz de durar con un hombre más de dos años. Procuro ser realista: no vivimos en un mundo ideal, y aquello de hasta que la muerte os separe se ha caído por su propio peso».

¿REINVENTAR EL MATRIMONIO?

Dianne Sollee es una mujer divorciada que la tiene emprendida contra el divorcio. Su experiencia personal y su trabajo de campo como psicóloga familiar le han servido para comprobar la capacidad destructiva de la separación… «Y no te hablo sólo del trauma por el que han de pasar los hijos: te puedo contar cientos de casos de adultos, sobre todo mujeres, que nunca han logrado superar el mazazo emocional y económico».

Sollee no va de carca por la vida, ni enarbola la bandera de «lo que ha unido Dios, no lo separe el hombre». Su cruzada particular obedece a «motivos racionales, humanos y prácticos».

En 1996, Sollee creó en Washington la Coalición por el Matrimonio, la Familia y la Educación de la Pareja. Un año después consiguió lo nunca visto: reunir bajo el mismo techo a feministas radicales, cristianos de derechas, psicólogos familiares e investigadores sociales para darle nueva vida al apolillado concepto del matrimonio.

El singular encuentro se clausuró con un llamamiento a favor de los *smart marriages* (matrimonios inteligentes), en respuesta a la plaga de *dumb divorces* (divorcios tontos).

«¿Qué es un matrimonio inteligente? —se pregunta Sollee—. Pues una relación sólida, cimentada en una meta común y cuajada de dificultades, una ocasión única para madurar y encontrar la plena satisfacción en tu vida».

Sollee no se opone frontalmente al divorcio; con lo que no comulga es con el uso sistemático que se hace de él… «En vez de servir como salida de emergencia, se utiliza como puerta giratoria. Y todo por culpa de la ligereza con que la gente se casa: de la comida rápida hemos pasado al matrimonio rápido, superficial, de un día para otro. En nuestro afán por resolverlo todo instantáneamente, hemos sacrificado la visión de futuro: nos falta

capacidad y paciencia para superar las fricciones, que son parte indisoluble del crecimiento y la maduración del matrimonio. La convivencia previa no basta; hace falta una preparación sólida».

De educación va la cosa. Desde principios de los noventa se han vuelto a popularizar en Estados Unidos los cursillos prematrimoniales, esta vez con un enfoque estrictamente psicológico (nada que ver con las catequesis religiosas), pensados para calibrar la disposición emocional de cada uno y detectar los puntos de conflicto.

«Si las parejas no dominan sus habilidades para manejar los problemas, los aspeaos negativos de la relación acaban pesando siempre más que los positivos —afirma Scott Stanley, mentor de los cursos PREP (Programa para Fortalecer las Relaciones Prematrimoniales)—. La elevada tasa de divorcios es el precio que estamos pagando por el desconocimiento. El Estado debería subvencionar la educación matrimonial, para que la gente tenga acceso libre y gratuito antes de pasar por el juzgado.

»Nuestra experiencia nos dice que las parejas que se inscriben en los cursillos reducen por lo menos a la mitad el riesgo de divorcio —añade Stanley—. El 10 % de los novios que se somete a la prueba de incompatibilidad de caracteres decide no casarse».

Con precisión científica, otro psicólogo experto en relaciones, John Gottman, sostiene que el 90 % de los fracasos matrimoniales son perfectamente predecibles.

Gottman, profesor en la Universidad del estado de Washington, lleva veinte años analizando con microscopio a las parejas en el así llamado Laboratorio del Amor (Love Lab). Su método va más allá de los interrogatorios parapoliciales y los típicos tests de aptitudes: es capaz de leer el lenguaje no verbal de las parejas y extraer, como quien dice, su radiografía emocional.

Comunicación, lo que falta básicamente es comunicación en la pareja. A esa conclusión ha llegado Gottman después de examinar en su «probeta» el contenido de los fracasos. En el matrimonio, como en el trabajo, impera la ley de la invectiva, el mutuo reproche, el insulto y la humillación. Más que convivir, la mayoría de las parejas sobrevive en un clima hostil y prebélico. La llegada de los niños, en muchas ocasiones, no hace sino desbordar la situación. Las familias, por lo general, se instalan en una situación

de soportable infelicidad hasta que algún elemento ajeno (normalmente, una relación extramatrimonial o un problema económico) actúa como detonante.

En Estados Unidos, el número de divorcios creció imparable durante treinta años hasta que tocó techo a primeros de los noventa: uno de cada dos matrimonios acababa matemáticamente en ruptura. La situación parece haber remitido en los últimos años y ronda ahora los cuatro divorcios por cada diez matrimonios.

Así lo revelaba en 1997 el informe *Características de los Hogares y las Familias*, publicado por la Oficina del Censo americana. «Las tendencias de las últimas décadas han llegado a un punto muerto —sostiene el autor del estudio, Ken Bryson—. El divorcio está dando marcha atrás y las familias vuelven a tener más hijos».

La revolución social que se inició a primeros de los sesenta ha entrado en una fase autocrítica, concluye Bryson. Tal vez nos encontremos en los albores de la «reinvención» del matrimonio...

En España, aún estamos en la cresta de la ola divorcista. De momento tocamos ya a cuatro separaciones por cada diez bodas. En 1995 se rompieron legalmente 83 577 parejas, el 47,5 % más que hace una década.

«El número de divorcios va en aumento, pero sigue siendo bajo con respecto a otros países de nuestro entorno —sostiene el sociólogo Santiago Borrajo Iniesta, autor de *La ruptura matrimonial en España*—. Y no creo que lleguemos nunca al nivel de Estados Unidos o de los países escandinavos porque, culturalmente, aquí somos diferentes y la familia es algo muy valorado».

Diferentes o no, lo cierto es que nos movemos socialmente bajo el inevitable influjo del modelo americano, y tal vez no hará falta esperar al punto álgido para que acabe tomando cuerpo en nuestro país un movimiento a favor del «matrimonio inteligente» a imagen y semejanza del que existe en Estados Unidos (el éxito de *El amor inteligente* de Enrique Rojas es ya un indicio).

«Ha llegado el momento de admitir que la revolución del divorcio ha fracasado —asegura sin ambages Barbara Dafoe, autora de *The Divorce Culture (La cultura del divorcio)*—. Los mismos valores del mercado —ambición, codicia, individualismo— los hemos trasladado a nuestras relaciones personales, cada vez más inestables. En aras de nuestra propia libertad, hemos acabado

enterrando el compromiso y la responsabilidad. Al final, la factura la están pagando nuestros hijos».

Por la izquierda ideológica comienza a hablarse también de la necesidad de dar una segunda oportunidad a la familia. La mujer, dicen, debe desprenderse del disfraz de ejecutiva y abrirse sin medias tintas a la experiencia de la maternidad. El padre, el «nuevo padre», ha de ser solidario y tirando a andrógino, presto a asumir las tareas hogareñas más ingratas y a renunciar a las horas extras.

Hasta los homosexuales y las lesbianas parecen haberse contagiado de la marcha atrás: no sólo reivindican ser reconocidos como parejas de hecho, sino poder casarse con todas las de la ley y tener hijos como cualquier matrimonio heterosexual.

La apuesta por una relación duradera vuelve a dibujarse pues como el camino más recomendable hacia una vida más equilibrada y completa, frente al descalabro emocional y a las preocupaciones adicionales que conllevan las separaciones. El divorcio ha sido, seguramente, una de las más celebradas conquistas sociales del siglo, y en muchísimos casos ha permitido romper el yugo a miles de mujeres. Con el tiempo, sin embargo, se ha destapado como un arma de dos filos: por un lado, liberadora; por el otro, frustrante.

DE VUELTA A CASA

«Un nuevo tipo de madre está emergiendo. Una madre que no es ni la tradicional ama de casa, ni la mujer trabajadora. Una madre que ha aprendido a poner la familia primero sin ponerse a sí misma la última. Una madre que tiene todas las posibilidades a su alcance y que por decisión propia ha decidido dejar total o parcialmente su empleo para explorar otras posibilidades...».

Hasta aquí, el manifiesto de la asociación *Mothers At Home (Madres en casa)*, creada en 1984 por un grupo de mujeres americanas que, sin renunciar a las conquistas sociales de las últimas décadas, han optado voluntariamente por el regreso al «redil».

Linda Burton es una de sus fundadoras. Después de buscar afanosamente el sentido de la vida en su trabajo —como actriz y como relaciones públicas—, decidió probar con un hijo nada más cumplir los treinta. Y así, ante su sorpresa, descubrió de pronto «las enormes posibilidades de crecimiento personal y espiritual que ofrece el hogar».

«Nadie puede enseñarnos mejor quiénes somos que nuestros hijos —escribe Linda, coautora de *What's a smart woman like you doing at home? (¿Qué hace en casa una mujer inteligente como tú?)*—. Aprender con los niños es un reto constante, mucho más que el que nos ofrece la rutina de la oficina [...] Yo intento marcar la diferencia en el hogar, y en este sentido no creo que mi trabajo sea muy diferente del que hacía antes. Además, puedo seguir haciéndolo ocasionalmente desde casa, a tiempo parcial o por temporadas».

Linda trabaja también como voluntaria en *Mothers At Home*, organizando grupos de apoyo, dando conferencias o escribiendo en *Welcome Home (Bienvenida a casa)*, la revista-bandera del movimiento. La asociación da trabajo permanente a decenas de

madres que se prestan a cuidar de niños ajenos y ayuda a crear redes de intercambio en barrios y comunidades («hoy te cuido a tu niño, mañana me cuidas al mío»).

«El sentimiento de culpabilidad, por delante de las necesidades económicas, es el factor que más retrae a las mujeres cuando surge la posibilidad de volver a casa —dice la fundadora de *Mothers At Home*—. Nos han educado para hacernos creer que nuestra mayor contribución a la sociedad está fuera del hogar. Si renunciamos al trabajo, aunque sólo sea parcialmente, tenemos la sensación de estar desperdiciando nuestra vida. Nos sentimos incómodas por dejar a nuestros maridos todo el peso económico de la familia. Y luego está también la incomprensión por parte de otras mujeres, que nos critican por estar traicionando de alguna manera el espíritu de la revolución femenina».

«Posponer lo más posible la maternidad para consagrarnos a nuestra carrera parece lo más normal antes de pasar por la experiencia —añade Linda Burton—. Pero cuando los niños llegan, para revelarnos una nueva dimensión de la vida, es absurdo dejar en manos ajenas la recompensa. Nuestro gran descubrimiento ha sido ése: comprobar que la maternidad no es el callejón sin salida que nos habían dicho».

«Apostar por la familia no es renunciar al crecimiento personal», es el lema de *Mothers At Home*, que no abogan precisamente por rescatar el modelo de ama de casa sumisa y pasiva. El nuevo ideal es el de la «madre activa», dispuesta a trabajar desde el hogar, en horarios flexibles o en empleos estacionales (tres, cuatro o cinco meses al año) que le dejen tiempo y energías para indagar otros caminos, cultivarse a sí misma o dedicarle más tiempo a los suyos.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA «MADRES ACTIVAS»

- Ábrase sin reservas a la experiencia de la maternidad. Relegue el trabajo a un segundo plano durante el embarazo y tómeselo como un proceso de desaceleración y autoconocimiento. No aguante en la oficina hasta el último momento.
- Evite pensar en el trabajo durante las primeras semanas después del parto. No cuente los días que le faltan para volver a incorporarse. Entréguese por completo a su nueva experiencia y descanse todo lo que pueda. Reponga fuerzas.
- Implique al máximo a su marido. No permita que, con la excusa de su trabajo, eluda las nuevas responsabilidades domésticas. Evite la sensación de «sola ante el peligro». Apóyese preferiblemente en algún familiar cercano.
- Manténgase en contacto frecuente con otras madres. Acuda con el niño a charlas orientativas sobre la lactancia, las vacunaciones, etc. No lo deje todo en manos del pediatra. Lea todo lo que pueda sobre los primeros meses de vida del niño.

No piense que ya ha cumplido a los tres meses. Valore lo que supone cortar de cuajo la lactancia. Sopese las consecuencias de una separación prematura y valore si, personal y económicamente, le compensa dejar a su hijo en manos ajenas.

- No se sienta culpable si su decisión es renunciar, total o parcialmente, a su trabajo. El tiempo que decida pasar cerca de su hijo no son horas perdidas. No debe entrarle cargo de conciencia por dejar temporalmente el peso económico de la familia en su marido.
- Plantéese todo un abanico de nuevas opciones a su alcance: jornada a tiempo parcial, horarios flexibles, puestos de trabajo compartidos, empleo estacional, teletrabajo… Infórmese de sus derechos e intente llegar a un acuerdo con su empresa.

- Explore las nuevas posibilidades del trabajo desde casa. Pida información en la Asociación Española de Teletrabajo. Aprenda a familiarizarse con Internet. Consulte las bolsas de «trabajo a distancia» en las oficinas de empleo.
- Estudie la opción más radical: el autoempleo. Si su anterior trabajo no le estimula suficientemente, o si las condiciones laborales no le compensan, siempre tiene la posibilidad de iniciar su propio negocio desde su hogar.
- No se resigne al papel de ama de casa pasiva. Pasados los primeros meses, evite que toda su vida gire en torno a los pañales y los biberones. Combata los «días malos» con una actividad intelectual que le obligue a estar al día. Aprenda con sus hijos. Busque afanosamente un nuevo punto de equilibrio.

PADRES MATERNALES

El hombre no arrima el hombro. Sigue siendo el proveedor de antaño, pero no ha sabido —o no ha querido— cubrir las espaldas a la mujer trabajadora. Como padre, tampoco ha dado la talla: por su ausencia lo conoceréis.

Las encuestas dicen que los hombres españoles dedican a las tareas domésticas tres veces menos tiempo que las mujeres, obligadas a dejarse la piel en «dobles jornadas» de catorce horas. Las diferencias son aún mayores, de uno a cinco, en el capítulo «cuidado de los niños».

Pese a que la ley les ampara, apenas ochocientos padres al año (uno por cada cien madres) se dignan a coger permisos cuando llega la descendencia. La excusa perfecta: «Mi sueldo es esencial para salir adelante».

El sexo masculino tiene una asignatura pendiente en casa y otra en la oficina. Según un estudio del Instituto de la Mujer en 1997, los españoles se consideran mayoritariamente «víctimas de la incorporación de la mujer al trabajo» y temen que se produzca una «venganza sexista» contra ellos. La Federación de Mujeres Progresistas, ante la permanente injusticia social y la férrea resistencia al cambio por parte de los hombres, propuso ese mismo año el *Nuevo contrato social para compartir las responsabilidades familiares, el trabajo y el poder.*

Mientras en los países nórdicos y centroeuropeos va cobrando fuerza la imagen del «nuevo padre», maternal y solidario, en España seguimos anclados en un machismo solapado —y en ocasiones brutal— que no siempre reflejan las encuestas.

La desigualdad comienza de puertas hacia dentro, y por muchas leyes pro-paternidad o de flexibilidad en el trabajo que se aprueben, el cambio ha de ser necesariamente más profundo e íntimo. Se impone un giro radical, un nuevo orden familiar que tal vez tarde

una o dos generaciones en cuajar.

La paternidad andrógina es para muchos psicólogos familiares la respuesta necesaria a la «feminización» del trabajo. «¿Pueden un hombre y una mujer ejercer de madres al mismo tiempo?», se pregunta Diane Ehrensaft, autora de *Parenting Together (Compartiendo la paternidad)*. Para ilustrar su respuesta —positiva, por supuesto—, Ehrensaft se lanzó a la busca de cuarenta padres «maternales». Su trabajo le costó...

«Todos estos hombres tenían en común el rechazo a la clásica figura paterna con la que fueron educados. No se sentían cómodos con la cultura masculina que les tocó vivir, y la experiencia de la paternidad les hizo superar definitivamente la barrera de sexos. La gran mayoría prefería incluso tener una hija antes que un hijo. En su escala de valores, la familia estaba en primer lugar, por delante del trabajo».

El «nuevo padre» ha de nacer en el momento mismo del parto, acogiéndose a un permiso de paternidad, reclamando una jornada reducida durante los primeros meses o incluso alternándose durante los tres primeros años con su esposa (una práctica habitual en los países nórdicos). Otra posibilidad es la de pedir el traslado del trabajo a casa: con paciencia y disciplina, los pañales son compatibles con las exigencias laborales.

Bajo la batuta compartida de la mujer trabajadora y el padre «maternal», la familia cobra una insospechada dimensión: la televisión deja de hacer de niñera electrónica y los hijos se incorporan activamente a los nuevos esquemas. Las tareas domésticas se comparten democráticamente y cumplen la función de rituales. Se restablece la conexión. Se recupera el hábito de la conversación y de la lectura en voz alta. El juego rompe con la rutina diaria.

El «nuevo padre», en fin, tiene la difícil misión de inventarse a sí mismo, improvisar sin guión y buscar el equilibrio entre el trabajo y el hogar. La familia, pues, como fuente de gratificación, y no como surtidor de constantes conflictos.

EL IDEAL FEMENINO

«¡Olé tus glúteos!». «Encuentros cosméticos en la tercera fase». «Cómo ser una chica picante». «Ellos las prefieren morenas»... Y así una sarta de titulares provocativos para llenar el espacio entre cien, doscientas o trescientas páginas de publicidad, porque de eso se trata: vender a toda costa la imagen prefabricada de la mujer perfecta, imponer los designios de los mercaderes de la moda, el maquillaje y la perfumería, que para eso pagan.

Las lectoras muerden fácilmente el anzuelo; no son conscientes de hasta qué punto están siendo manipuladas. Todas quisieran ser como la chica de la portada, pero el espejo es cruel como la celulitis. Luego vendrán las píldoras adelgazantes, las dietas milagrosas. De ahí a la anorexia y a la bulimia, tan sólo un paso. Y eso por no hablar del camelo de la cirugía estética: «Todos guapos en el año 2000». Y si se rompe el implante de silicona, ¿quién paga?

Más «obscenas» aún que las vallas publicitarias, las revistas femeninas explotan el lado vulnerable de las mujeres y las perpetúa como víctimas. Las *top model* que nos sonríen en las portadas no son sino «mercenarias que martirizan a las desdichadas que las imitan» (como muy bien dice el fotógrafo Oliviero Toscani).

El ideal que nos venden no existe, y el camino que nos imponen —«¡Ni un gramo de grasa!», «¡Cuerpo diez en veinte días!»— es un calvario de espinas. Naomi Wolf, autora de *El mito de la belleza*, compara su efecto con el de un instrumento de tortura muy extendido en la Edad Media: la Dama de Hierro.

Con apariencia exterior de mujer, la Dama de Hierro era en realidad una caja-sarcófago que constreñía a sus víctimas entre púas asesinas. De la misma manera, sostiene Wolf, el ideal femenino impuesto por la «industria de la belleza» obliga a las mujeres a sufrir —e incluso a morir— por no encajar en el molde.

Las mujeres americanas, marcando la pauta al resto del planeta,

se gastan al año cinco billones de pesetas en píldoras adelgazantes. Más de un billón se dejan en cosméticos y cincuenta mil millones en cirugía estética. El 40% admite que fuma para no ganar peso.

En España, la mitad de las estudiantes universitarias confiesa que quiere adelgazar, y aproximadamente 430 000 adolescentes y jóvenes se encuentran en alto riesgo de sufrir los llamados «trastornos de la conducta alimentaria», según estimaciones del psiquiatra Gonzalo Morandé, autor de *Un peligro llamado anorexia.*

Morandé denuncia las proporciones epidémicas del mal, y nos alerta contra «la gran tendencia a la cronificación y a la muerte en algunos casos» (en países como Suecia, el índice de mortalidad asciende al 20%). La anorexia, además, ha dejado de ser una enfermedad adolescente y femenina: ya comienza a hacer estragos entre las mujeres maduras y los hombres…

«¡Impresiónalas!». «Abdominales de campeonato». «El tamaño es lo de menos». «Secretos de un hombre multiorgásmico». Las revistas masculinas nos están imponiendo poco a poco la misma tiranía estética, al servicio de los mercaderes del músculo, del estilo y de la fragancia «para el hombre moderno».

La publicidad lo domina todo, y el quiosco no es más que un invariable reclamo de sonrisas profidén y siluetas danone, astutamente retocadas para tentar por igual a ellos y a ellas.

Gloria Steinem, cofundadora de la revista americana *Ms.*, denunciaba en un ensayo titulado *Sexo, Mentiras y Anuncios* la permanente tiranía publicitaria que tiene literalmente secuestradas a las revistas femeninas: «Los anunciantes no sólo dictan dónde van a ir emplazadas sus páginas, sino que deciden el "entorno" e imponen artículos que servirán para promocionar sus productos».

Una de las exigencias más frecuentes es que sus anuncios —sean de un champú, de un perfume o de ropa interior— no figuren al lado de reportajes «duros» o de contenido social. Resultado: cada vez hay menos páginas para informaciones sobre la vida misma y más sobre asuntos tan peregrinos como dónde llevar la raya del pelo o si es más sexy el camisón que el pijama.

Ms, ha logrado mantener su línea reivindicativa e independiente durante veinticinco años a costa de tener que renunciar por completo a los ingresos —y a las presiones— de la publicidad. Antes de comprar una revista femenina, conviene tener en cuenta este

consejo: el peso de los anuncios es proporcionalmente inverso a su credibilidad.

HIJOS DEL AGOBIO

ADULTOS PRECOCES

Los periódicos se están poblando de noticias protagonizadas por niños que quisieron crecer antes de tiempo... y por adultos que alimentaron irresponsablemente esos sueños, infames ladrones de la infancia.

A sus doce años, Jessica se había empeñado en cruzar Estados Unidos a los mandos de una avioneta. Tenía que sentarse sobre unos cojines para poder ver la pista y apenas le llegaban las fuerzas para activar los mandos. Pero el padre y su instructor le siguieron el juego, empeñados en superar todos los récords. Se estrellaron en mitad de una tormenta.

El beso de Jonathan dio también la vuelta al mundo. Con toda la ingenuidad de sus seis años, el niño estampó sus labios en las mejillas de una compañera de clase. La profesora, que lo vio todo, decidió denunciarle a la dirección del colegio. Expulsado por «acoso sexual».

En casos como éste, los pequeños han de aterrizar de pronto en el complejo universo de los mayores, donde todo son rigideces, urgencias y leyes que ellos no entienden. Luego vendrá lo inevitable: traumas, ansiedades, anorexias, depresiones, enfermedades nuevas y viejas que cada vez se manifiestan a una edad más temprana.

Si a todo esto le añadimos la presencia ubicua de la violencia, las rupturas familiares, el bombardeo audiovisual, la presión de la escuela y el ritmo trepidante de nuestros días, no tardaremos en llegar a una obvia conclusión: la infancia no es lo que era.

Una de las mayores paradojas de la vida moderna es precisamente ésta: cada vez son más los adultos que se comportan como niños y más los niños que imitan a los adultos. La frontera entre un mundo y otro está desapareciendo. Los niños asesinan a los doce años por imitar a los mayores. Los yuppies se disfrazan de

soldados y juegan al pim, pam, pum para descargar la adrenalina…

«El concepto de infancia está en grave amenaza de extinción en la sociedad que hemos creado —apunta el doctor David Elkind, autor de *The hurried child (El niño apresurado)*—. Los niños de hoy en día son las primeras víctimas del estrés: nadie como ellos sufre las consecuencias de los vertiginosos cambios por los que estamos pasando».

Puestos a buscar culpables, Elkind divide la responsabilidad entre tres: padres, escuela y medios de comunicación. «Los padres se sienten como en una olla a presión —escribe—, incapaces de encontrar su sitio en un mundo lleno de exigencias, transiciones e incertidumbres».

Las escuelas, dice Elkind, se han «industrializado» y han acabado por convertirse en «impersonales cadenas de ensamblaje donde lo único que prima es el expediente académico, en detrimento de factores como la integración social o la creatividad». La televisión, por último, «ha explotado comercialmente la vulnerabilidad de los más pequeños y les ha apremiado para que crezcan más y más rápido».

Un ejemplo muy claro lo hemos tenido en España con el lanzamiento de los «minicoches» para niños de catorce años. Pese a la alarma social por los indudables riesgos de accidentes, la poderosa maquinaria del marketing ha impuesto al final su criterio a golpe de eslogan publicitario: «Dentro de cada hombre hay un niño que sueña…».

Los «adultos en miniatura» son una especie ensalzada hasta la saciedad por los medios. Los clásicos programas para los «peques» han dejado paso a versiones infantiles de los *shows* para mayores. Los niños se entretienen matando virtualmente en *Mortal Kombat*. Las niñas imitan con cinco años la procacidad de las Spice Girls.

Y aquí chocamos con otra gran contradicción: los niños de hoy en día se las saben todas y, en el fondo, no saben nada. Son astutos y picaros, ingeniosos y avispados, pero tienen unas terribles lagunas emocionales y sociales, no reconocen ninguna autoridad, son olvidadizos e hiperactivos, leen cada vez menos, carecen de valores, están desmotivados, son fáciles víctimas del alcohol y de las drogas.

«Algo está cambiando en el cerebro de los niños, y aunque no tenemos la prueba científica, nos sobran evidencias

circunstanciales», afirma la psicóloga Jane Healy, autora de *Endangered Minds (Mentes en peligro)*. Healy escribió su libro a partir de su propia experiencia y la de trescientos profesores, igualmente alarmados por lo que se está cociendo en las escuelas:

«Hace años, los niños tenían experiencias reales; sus padres les enseñaban el mundo, les leían antes de acostarse, siempre estaban a mano cuando surgían los problemas... Hoy por hoy, la única "experiencia" que comparten padres e hijos es ir de compras al centro comercial».

El estilo de vida al uso —materialismo, conformismo, sedentarismo— acaba contagiándose de padres a hijos (como lo demuestra el aumento de los casos de obesidad infantil en un 45% en los veinte últimos años). Healy se pregunta si la comida-basura y el abuso del azúcar tienen algo que ver con el cambio de «chip» en el cerebro de los niños. Sospecha también que los ambientes tóxicos que respiran y el incesante ruido (¡cuidado con los walkman!) influye en su disminuida facultad de pensar. Pero lo que más directamente les afecta es la «borrachera visual» causada por la televisión y los videojuegos.

Los medios de comunicación y el ambiente escolar son decisivos en la evolución de un niño, aunque la responsabilidad primera y última sigue recayendo en los padres. A ellos se les puede exigir más dedicación y más tiempo, y también un mayor empeño en inculcar a sus hijos unas pautas de vida que vayan más allá de los estereotipos comerciales. En sus manos está educarlos como adultos precoces o dejarse guiar por el sabio consejo de Rousseau en *Emilio*: «Los niños tienen su propio modo de ver, pensar y sentir, y nada hay más necio que hacerles cambiar su mundo por el nuestro».

JARABE DE PROZAC

Casos de anorexia y bulimia en niñas de ocho años. Ansiedad galopante e irritabilidad permanente en niños de once. Apatía, indolencia, tristeza vital, suicidios… La depresión infantil es un mal cada vez más prematuro y desconcertante. Padres y maestros se sienten impotentes ante una epidemia silenciosa que afecta ya al 8 % de los niños. Las sesiones del psicólogo salen demasiado caras. ¿Solución? Jarabe de Prozac.

«La depresión perjudica; Prozac ayuda». El mensaje, que tan hondo ha calado entre los adultos gracias a una agresiva campaña publicitaria, está haciendo estragos entre la población infantil. El consumo del famoso antidepresivo entre los menores de doce años se multiplicó por cuatro en Estados Unidos entre 1995 y 1996.

Los psiquiatras, que hasta entonces mantenían ciertas reservas, empezaron a recetarlo a espuertas, aun ignorando sus posibles efectos secundarios sobre los cerebros en crecimiento. El Prozac regula los niveles de serotonina y basta. La solución es instantánea; los resultados «cantan». Miles de padres abrazan la fórmula mágica y prefieren dejar enterradas las raíces de la depresión de sus hijos. Ni por un momento se cuestionan si estarán usando a los niños como cobayas.

Uno de los contadísimos estudios sobre los efectos de los antidepresivos «adultos» en menores lo realizó en 1994 el doctor Graham Eslie, de la Universidad de Texas. Un total de noventa y seis niños y adolescentes menores de dieciocho años tomó Prozac. La mitad superó los episodios depresivos, aunque una veintena volvió a experimentarlos al cabo de unos meses. En diecisiete casos, se apreciaron efectos secundarios como tics nerviosos, hipersensibilidad o ataques de euforia.

Otro conflicto que divide a los especialistas es la dificultad para diagnosticar la depresión infantil y para decidir cómo y cuándo

introducir los fármacos. «Si damos a los niños medicamentos para regular sus estados de ánimo, tal vez nunca aprenderán a canalizar por sí mismos sus emociones —alerta la psicóloga Marsha Levy Warren—. No debemos forzar a los adolescentes a tomar medicamentos para evitar que se comporten como adolescentes».

En España, la fiebre del Prozac no ha prendido entre los niños, pero hay mucho donde elegir: hasta setenta variantes de antidepresivos, algunos con sabor a menta, para conquistar el paladar de los más pequeños. Los psiquiatras no dudan en recurrir a ellos «cuando está indicado», como reconoce María Jesús Mardomingo, autora de *Psicofarmacología del niño y el adolescente*.

Con medicamentos o sin ellos, el hecho de que decenas de miles de niños se estén contagiando de males adolescentes o adultos es todo un síntoma… Los pequeños son el rompeolas donde frecuentemente se estrellan los problemas de los mayores. Sus días están jalonados de ausencias, soledades, incomprensiones, violencia. Y ese vacío no lo llena una cucharada de Prozac.

«ANFETAS» INFANTILES

Una mañana como cualquier otra en el colegio. A la hora del recreo, cola de alumnos en la enfermería. Van pasando de uno en uno, con displicencia de corderos. Abren la boca, les dan una píldora. Que pase el siguiente...

La escena comienza a ser habitual en las escuelas americanas: dosis diaria de Ritalina para que los niños hiperactivos se comporten en clase y se apliquen en casa. «Anfetas» infantiles a la medida de los críos difíciles. Un millón de menores las consumen habitualmente en Estados Unidos, miles de ellos comienzan a tomarlas en España.

Suministrada en pequeñas dosis, dicen sus defensores, sólo tiene efectos beneficiosos: ayuda a fijar la atención, a potenciar la memoria, a combatir la actividad excesiva. Pero lo cierto es que su uso y abuso tiene divididos a los psicólogos, a los profesores y a los padres. ¿Se merecen esto nuestros hijos? ¿Los estamos drogando a conciencia? ¿Estaremos haciendo de ellos unos futuros adictos?

La clase médica no se pone de acuerdo sobre las causas directas de la hiperactividad y del déficit de atención, cara y cruz de la misma moneda. Los hay que sostienen que puede tener un origen genético y hereditario, y otros que piensan que comienza a gestarse en estado embrionario, por la exposición del feto a toxinas como el plomo, el alcohol o el tabaco. Otros estudios lo relacionan con la dieta (el elevado consumo de azúcar y la cafeína de las bebidas refrescantes) y con los incesantes estímulos audiovisuales.

El doctor Manuel García, autor de *Soy hiperactivo, ¿qué puedo hacer?*, está convencido de que existe un «defecto cerebral» de fábrica. García estima que entre un 3% y un 5% de los niños españoles lo padecen, aunque reconoce que es muy difícil identificar el trastorno y que hay mucha confusión sobre el tema.

Al niño hiperactivo se le reconoce a simple vista por su

incapacidad para mantener la atención, la facilidad para distraerse y olvidar las cosas, el fluir constante de una actividad a otra, la propensión a interrumpir las conversaciones y hacerse el sordo cuando se dirigen a él, su impaciencia y su inconstancia.

Los investigadores norteamericanos Edward Hallowell y John Ratey afirman que, más que biológico, el trastorno es «social»: «Vivimos en una jungla acelerada y frenética donde la hiperactividad se impone como ley de vida, y ésa es una de las primeras lecciones que aprenden los niños»... El «entorno ambiental» está enfermo, concluyen Hallowell y Ratey; no es extraño que los niños y los adultos se contagien.

Unos nueve millones de norteamericanos mayores de dieciocho años sufren también trastornos de la atención. El número de pacientes diagnosticados con el mal se ha multiplicado el 250% en cinco años. También el consumo de Ritalina...

La Ritalina es un psicoestimulante que actúa sobre el sistema nervioso central. Las autoridades sanitarias la consideran como «una droga segura y efectiva», pero la lista de posibles electos secundarios se prolonga hasta la saciedad: tics nerviosos, irritación permanente, dolores de estómago, insomnio. Y eso por no hablar de la dependencia que puede generar en los niños (se han dado casos de adolescentes que machacan las píldoras hasta conseguir un polvillo que luego esnifan o se lo inyectan en vena).

Los laboratorios insisten: los psicoestimulantes se llevan usando desde los años treinta y no existe evidencia de graves efectos a largo plazo. Aunque de cuando en cuando saltan a la prensa casos como el de Sara White (nombre fingido), que relataba así su experiencia en las páginas de *Newsweek*:

«Después de su primera dosis de Ritalina, mi hijo John comenzó a perder el apetito. Luego dejó de dormir. Más tarde empezó a experimentar cambios repentinos de ánimo: tan pronto se reía a carcajadas como rompía a llorar. Al final comenzaron los tics nerviosos y el hábito de tirarse del pelo hasta arrancarse los cabellos... Tuvimos que interrumpir el tratamiento y ponerle en terapia. Tres años le ha llevado recuperarse».

Los padres. «Muchísimos padres presionan a los médicos para forzar el diagnóstico y poder conseguir la droga milagrosa», denunciaba en 1997 el psicólogo Robert Reid, profesor de la

Universidad de Nebraska. Algunos la utilizan indiscriminadamente «para que el niño se esté quieto» o incluso «para que saque mejores notas».

ENGANCHADOS AL TAMAGOTCHI

La carta viene a cuento del popular Tamagotchi, la mascota virtual que persigue como la peor de las pesadillas a padres y profesores:

«Hemos llegado a la conclusión de que este tipo de juguetes crea una gran ansiedad en los niños, que puede perjudicarles seriamente en su estabilidad emocional y en su rendimiento escolar, además de crearles dependencia y hacerles tomar responsabilidades injustificadas».

Suscribe la dirección del Colegio Británico, uno de los primeros en adoptar en España la terminante decisión: prohibido venir a clase con el insidioso ingenio electrónico que llora, come, caga, se pone enfermo y amenaza con morirse si no le aprietan los botones.

La fiebre del Tamagotchi —más de veinte millones de ejemplares vendidos el año de su lanzamiento en todo el mundo— es quizá el más claro ejemplo del proceso de enajenación en el que están inmersos los «hijos» de la sociedad de consumo. Por si no tuvieran ya bastante con la tele o con los videojuegos, ahora se pasan el día enganchados a una minipantalla que reclama atención permanente y les embarca en un sinvivir de tareas apremiantes. Creatividad e imaginación cero. Esclavitud y sumisión en versión electrónica.

Educadores y psicólogos coinciden casi todos en lo poco edificante del «bip bip» del Tamagotchi. Hasta el defensor del menor ha tenido que pedir públicamente que no se deje la mascota en manos de niños de menos de siete años, «incapaces de distinguir entre la realidad y la ficción», y susceptibles por tanto de sufrir un durísimo golpe emocional cuando se les muere su «amigo» electrónico por falta de atención.

En Chieti, Italia, una niña de quince años sufrió un fuerte shock porque al sacar el Tamagotchi de la cartera se lo encontró «muerto». La niña se desmayó en plena calle y tuvo que ser trasladada a un

hospital, donde permaneció dos días en observación. La historia se coló en los telediarios por delante de la decisiva reunión de los ministros de la Unión Europea sobre el futuro de la moneda única. Los italianos abrieron, con su habitual vehemencia, un debate político sobre los riesgos del Tamagotchi...

«Estamos ante un juego diabólico —terció el neuropsiquiatra infantil Giovanni Bollen—. La muerte del pollito "virtual" puede crear en los niños un pensamiento obsesivo y generar un sentimiento de culpa».

Alonso Fernández, catedrático de psiquiatría y autor de *Las otras drogas*, entraba en la polémica desde las páginas de *El País*: «Los niños aprenden a relacionarse mejor con su máquina de juegos que con sus amigos, y esto puede prefigurar una alteración en su comunicación emocional, una especie de autismo general en sentido amplio. Estoy seguro de que en el futuro aumentarán los porcentajes de alexitimia: la incapacidad para expresar los propios sentimientos».

Se empieza con el Tamagotchi, se sigue con los videojuegos y se acaba con el ordenador (también se pueden tener mascotas virtuales incrustadas en la pantalla). El caso es cultivar el fetichismo tecnológico desde bien pequeños. Curarles la soledad a base de mucho artilugio con botones. Sustraerles la propia vida y «conectarles» a un sucedáneo electrónico.

Aunque siempre habrá algún experto empeñado en demostrar lo contrario... Phyllis Cohén, de la Universidad de Yale, estima que el Tamagotchi puede ser muy útil para los niños entre los ocho y los diez años, cuando los pequeños comienzan a tener las cosas bajo control, a seguir unas reglas y a sentirse necesitados. «Aunque pueda parecer un capricho, hay que respetar la necesidad infantil», sugiere Cohen a los padres de los niños que se ponen pesados porque sus amigos tienen mascota virtual y ellos no.

¿Comprarles todo lo que pidan? No hace falta ser padre para percatarse de la vulnerabilidad de un niño y para acabar abominando de las triquiñuelas de la industria de la publicidad con tal de hacerles desear lo más indeseable. Antes que el Tamagotchi cuajó la fiebre de las Tortugas Ninja y poco después la de los Power Rangers, y los hogares de medio mundo se poblaron de reptiles y saltimbanquis agresivos y violentos.

El Tamagotchi, por lo menos, muere sin que le disparen. Aunque los «cerebros» del marketing, que conocen mejor que nadie los gustos de los adolescentes, han inventado una versión cruel y despiadada de la inofensiva mascota japonesa: Cibergángster (*made in Hong Kong*). En lugar de inyecciones y comida, pide que le arrojen cuchillos, le den cigarrillos y le emborrachen con alcohol.

PIM, PAM, PUM

Setecientos niños japoneses acabaron en el hospital después de una traumática sesión televisiva de dibujos animados. El programa se llamaba *Pocket Monsters,* y el momento álgido llegaba cuando el héroe de la serie, Pokemon, recibía unas cegadoras descargas eléctricas azules y rojas.

Ataques de epilepsia, espasmos, náuseas, ardor en los ojos... Los efectos fueron instantáneos. Los pequeños telespectadores cayeron como moscas en sus casas. En todo el país estalló la alerta roja contra la así llamada epilepsia fotosensitiva, que podía ser transmitida tanto por la televisión como por los videojuegos.

Los estragos causados por Pokemon sirvieron, entre otras cosas, para alertar a los padres contra el «acoso» audiovisual que sufren los más pequeños, casi siempre con un trasfondo inevitable de violencia.

Por las mismas fechas, finales de 1997, el Consejo Audiovisual de Cataluña hizo público un informe en el que denunciaba que la mayoría de los asesinatos y peleas en televisión se emitían en horario infantil: de cinco a siete de la tarde. De los ciento veinte homicidios registrados en una semana cualquiera, nada menos que ciento diez provenían de series producidas en Estados Unidos, principal exportador mundial de violencia.

Y es que los niños americanos, antes de llegar a la enseñanza secundaria, habrán visto ya ocho mil asesinatos en la pequeña pantalla. A los dieciocho años, se calcula, habrán presenciado «pasivamente» unos doscientos mil actos violentos.

La cultura del «pim, pam, pum» no entiende ya de nacionalidades, y lo dicho de Japón y de Estados Unidos vale también para Inglaterra...

El videojuego se llamaba «Matanza en el patio», y consistía en ponerse en la piel de un francotirador, acosar a los niños a la salida

del recreo y liarse a tiros con ellos, preferiblemente en la cabeza. Las autoridades británicas lo descubrieron a tiempo e impidieron su comercialización por razones obvias.

Nadie pudo evitar sin embargo que saliera a la calle «Mortal Kombat», el simulador de lucha más codiciado por grandes y pequeños. Unos a otros se pasaron con total impunidad las claves secretas, las que permitían al feroz Liu Kang cortarle la cabeza al enemigo, arrancarle el corazón del pecho o hacerle explotar en mil pedazos. La polémica que generó en España y en toda Europa fue tal que obligó a introducir la rigurosa censura y la clasificación por edades en las carátulas de los videojuegos.

La fiebre de Internet coincidió más o menos con la «doommanía». Y con ella, el descubrimiento de las enormes posibilidades —y tremendos riesgos— de la red. En «Doom», la pantalla del ordenador es la cámara que nos arrastra por sinuosos pasillos donde acechan todo tipo de monstruos, a los que se puede triturar con ayuda de una sierra mecánica. La sangre que manchará la pantalla es tan roja como la de las películas.

CAMBIO DE PANTALLA

La televisión sigue siendo con diferencia la actividad predilecta de los niños españoles. De acuerdo con un estudio elaborado por Corporación Multimedia en 1997, los pequeños pasan más horas al año delante de la tele (937) que en la escuela (900). El 15 % de la población infantil entra dentro de la categoría de los teleadictos, capaces de dedicarle seis horas diarias a su vicio favorito.

«Si la televisión es tan importante como el colegio, algo habría que hacer —sostiene Eduardo García Mantilla, director del informe —. No se han analizado suficientemente los efectos de un medio que influye de una manera tan decisiva en los niños y que afecta a su léxico y a su capacidad de comunicación».

El ordenador —dicen algunos— puede ser la solución definitiva, no sólo para que los niños vean menos televisión; también para que le cojan el gusto al estudio.

En Estados Unidos, los pequeños le han robado ya el 18 % de tiempo a la televisión para dedicárselo al ordenador. El 40 % de los padres confiesa que la única manera de evitar que sus hijos se pasen horas hipnotizados delante de la tele es sentándoles ante un teclado. El cambio de pantalla, pues, se está gestando entre el aplauso de unos educadores y la preocupación de otros.

Jane M. Healy, la autora de *Mentes en peligro*, estima que el ordenador, con su *tempo* acelerado y su profusión de imágenes, puede provocar a la larga el mismo efecto que la televisión y configurar «mentes de dos minutos», necesitadas constantemente de estímulos e incapaces de actividades reflexivas como la lectura.

Healy recomienda, en cualquier caso, que no se siente a un niño delante de un teclado hasta que no haya cumplido los ocho años, cuando ya sepa leer y escribir con soltura. Si se le da a probar antes la «golosina» visual, los libros le parecerán aburridos y será incapaz de fijar la atención en una página sin ilustraciones. El abuso del

ordenador, advierte, puede además inhibir la capacidad de socialización de los niños y hacerles más vulnerables a la explotación comercial.

Una opinión muy distinta es la que expresa en *Growing up digital (Creciendo digitalmente)* Don Tapscott, adalid de la llamada *net generation*: «Gracias a los ordenadores, estamos ante un modo de aprendizaje radicalmente nuevo, basado sobre todo en el descubrimiento y la participación. Los niños están comenzando a procesar información desde edad muy temprana, y ésa es una grandísima ventaja que repercutirá a la larga en beneficio de esta generación».

Tapscott es de los que aspiran al ideal de «un ordenador en cada pupitre» y es firme partidario del libre acceso a Internet en las escuelas: «Los centros de enseñanza se convertirán en centros de aprendizaje. Y los estudiantes dejarán de recibir pasivamente las lecciones para convertirse en "jóvenes exploradores intelectuales"».

Tercia en la discusión un consumado experto: David Gelernter, profesor de Ciencia Informática de la Universidad de Yale... «Los ordenadores por sí mismos son buenos, pero no conviene albergar demasiadas esperanzas. Lo cierto es que hoy en día los niños tardan más en leer y escribir, se manejan peor con las matemáticas y no saben nada de humanidades. El acceso ilimitado a Internet no va a resolver este problema. Es más, su introducción en las clases desde edad temprana puede más bien ser un elemento de distracción». Como si ya tuvieran pocos.

HA NACIDO UN CONSUMIDOR

Ha nacido un consumidor. En su cuna estará esperándole desde hace meses Mickey Mouse. Johnson & Johnson velará probablemente por su higiene. Una guerra comercial se desatará a sus espaldas por ver quién consigue darle la leche en polvo, y después la papilla. Coca-Cola y Pepsi Cola pugnarán por abrirle las puertas del fascinante mundo de las bebidas refrescantes. Y McDonald's y Burger-King lucharán por conquistar su paladar con comida-basura…

El pequeño gran consumidor aprenderá a decir «mando» (a distancia) al mismo tiempo que «papá» o «mamá». Cuando sea un poco más mayor, verá del orden de veinte mil anuncios al año en televisión. Se divertirá cantando melodías comerciales, recitará de carrerilla decenas de eslóganes publicitarios. Pensará que el mundo es Cortylandia. Lo querrá todo.

Los niños son el producto más codiciado de la sociedad de consumo. Cuando vienen al mundo, un conjuro de fuerzas invisibles se pone en marcha para adiestrarles en la mecánica del capricho y del despilfarro. Con la connivencia —o con la ignorancia, más bien — de sus indefensos padres.

A todos ellos, grandes y pequeños, les convendría darse una vuelta por Kid Power para saber lo que se cuece. En Kid Power se dan cita todos los años los máximos expertos mundiales en marketing para niños, con la finalidad de debatir las últimas técnicas de persuasión o engaño de la población infantil. Allí es donde se gestan las campañas multimillonarias de la Disney, en estrecha alianza con McDonald's o Coca-Cola. Allí es donde se celebran seminarios con títulos como «Ablandando el bolsillo de los padres», «Enganchando a las familias», «McMamás» o «Cómo estimular el consumo de los niños a través de Internet».

En Estados Unidos, el asedio comercial con el cuento de los

niños llega a extremos insospechados. Se calcula que el 85 % de los bebés están ya «etiquetados» incluso antes de tener un nombre y un apellido. La consulta del obstétrico, la tienda de maternidad, el centro donde imparten clases de preparación al parto… Cada paso que da el padre o la madre es un auténtico regalo para las empresas de marketing directo, que rastrean a sus potenciales clientes con todos los medios a su alcance.

Es el mensaje que los americanos están vendiendo tan astutamente a medio mundo: los niños son un trozo cada vez más suculento del mercado, y también un extraordinario vehículo de persuasión, capaces de teledirigir las compras de sus padres.

En países como Dinamarca, Noruega, Suecia o Canadá, la publicidad para niños está severamente restringida en televisión y radio. En España, sin embargo, el terreno está más que abonado para las multinacionales de la alimentación, la bebida y el entretenimiento, que hacen y deshacen a su antojo. La invasión comercial comienza en la caja de cereales para el desayuno y acaba con el pijama estampado.

«Hasta hace unos años, el mundo de la publicidad se imponía ciertos límites, pero hoy ya no, hoy se lanzan sin escrúpulos a la yugular de los niños —denuncia Michael Jacobson, autor de *Marketing Madness (La locura del marketing)*—. Hasta las escuelas públicas americanas han caído en manos de los esponsores publicitarios (Nike, Burger King, Sprite), y eso sí que es grave: están educando a nuestros niños en la ausencia de valores del consumismo».

De McDonald's se pasa directamente al Planet Hollywood, del Pato Donald a Joe Camel, de Levi's a Calvin Klein… El culto a las marcas se mama de niño y se prolonga en una suerte de eterna infancia…

PARIR EN CASA

«¿Y si en vez de ir al hospital tenemos al niño en casa?».

No es una propuesta muy habitual en los tiempos que corren. Todos damos por hecho que lo más «natural» es ponerse en manos de los médicos y dejarles hacer, con la ayuda de los últimos avances de la tecnología. Nos han hecho creer que dar a luz equivale a jugársela a vida o muerte, de ahí la necesidad de tenerlo todo bajo estricto control y de intervenir a las primeras de cambio.

Bajo esta perspectiva, el hecho de parir en casa se ve como algo oscuro y temerario, una rémora del pasado, cuando morían miles de mujeres y de niños por falta de asistencia…

Nada de esto ocurre en un país como Holanda, donde cuatro de cada diez nacimientos se producen en casa, costeados por la Seguridad Social y controlados por las comadronas. En el 90% de los casos no suele haber problemas: el parto vuelve a ser una experiencia palpitante e íntima, adaptada a las necesidades físicas y emotivas de la mujer, y no a la urgencia aséptica del médico.

«¿Y si en vez de ir al hospital tenemos al niño en casa?». La idea partió de mi mujer, Isabel, al poco de quedarse embarazada. Mi reacción inicial fue de incredulidad y sorpresa, pero ella acabó contagiándome su seguridad en sí misma. Desde ese momento me «incorporé» a su embarazo.

La decisión final la tomamos al cuarto mes. Las tediosas esperas en la consulta del obstétrico dejaron paso a las cálidas visitas de Cara, la comadrona. Nuestros padres aceptaron sin más la decisión; la incomprensión vino precisamente por parte de los amigos de nuestra edad, incapaces de entender por qué renegábamos de los hospitales.

Leímos todo lo que pudimos sobre el parto natural, desde los clásicos de Michel Odent y Frederick Leboyer a *La revolución del nacimiento* de Isabel Fernández del Castillo. Hablamos con gente que

había dado a luz en casa; nos animaron mucho. Nos apuntamos a un cursillo de preparación al parto y nos mentalizamos para lo que se nos venía encima. Miguel se adelantó casi un mes y nos pilló totalmente desprevenidos.

Isabel rompió aguas en mitad de la noche. Llamamos a la comadrona; nos pidió paciencia... Todo lo que nos explicaron sobre las contracciones fue poco. Isabel tardó en descubrir que lo que más le aliviaba era concentrarse en un punto fijo; también la calmaron bastante las duchas calientes y los masajes en la espalda. Durante las doce horas que duró el trance, tuvo total libertad para moverse por la casa y elegir la postura que más le convenía...

En el parto natural, la matrona propone, la madre dispone y el padre se descompone, estupefacto, ante el más prodigioso de los acontecimientos. Nadie ni nada se interpuso entre nosotros; la comadrona se limitó a seguir la corriente y a intervenir lo justo. Yo tuve el privilegio de cortar el cordón umbilical y velar por él la primera noche.

Ni la vida de la madre ni la del recién nacido estuvieron en peligro en ningún momento. Cara Muhlhahn, enfermera titulada, se trajo su equipo de emergencia a casa, recuperador de oxígeno incluido. A tiro de piedra teníamos el Saint Vincent Hospital, uno de los centros más acreditados en nacimientos; en diez minutos podíamos habernos plantado allí de surgir complicaciones. No las hubo.

«En un hospital, todo parece diseñado para intimidar a las mujeres, bloquear el curso natural del parto y hacer imprescindible la intervención agresiva del médico —sostiene Cara, que abandonó la práctica en una maternidad porque atentaba contra sus principios —. Todo sería mucho más fácil si el médico cediera el protagonismo a la mujer, y no a la inversa».

«La gente parece resignada a las cesáreas, a las espisiotomías y a las epidurales —dice María Jesús Montes, directora de la Asociación Nacer en Casa y una de las contadísimas matronas que practica el parto natural en España—. Las mujeres no son conscientes de que se están perdiendo la experiencia más fabulosa de su vida... Imagino que la cosa cambiará, pero de momento es una alternativa bastante minoritaria».

La vuelta al parto natural está haciendo reflexionar también a la

clase médica. «Menos obstetras y más comadronas», recomienda la Organización Mundial de la Salud en su informe *Tener un hijo en Europa*: «La evidencia señala que no sólo la mujer parturienta ha perdido el control, sino que también la tecnología de la natalidad está incontrolada».

En 1996 supimos que España figura en los primeros puestos de Europa por cesáreas innecesarias: unas veinticuatro mil todos los años. Por esas mismas fechas tuvo un gran impacto un programa sobre el parto natural emitido por televisión. Aun así, las madres que se decidían a dar a luz en casa no pasaban de las doscientas al año.

Holanda y Dinamarca son la avanzadilla del parto en casa, que también se está extendiendo por Inglaterra y por Estados Unidos. En 1997, el 2 % de los niños americanos nacieron a domicilio, según datos de la asociación NAPSAC, pionera en defensa del nacimiento natural.

En los países de nuestra esfera, las impersonales maternidades están dejando paso poco a poco a los «centros de nacimiento», un modelo importado de los países nórdicos que combina la calidez de un hogar con la «protección» de un hospital. El Centro Acuario, en Denia (Alicante), ha sido el primero en abrir brecha en nuestro país.

Como solución intermedia, los "centros de nacimiento"| una buena alternativa para quienes no se atrevan a niño en casa. Siempre y cuando no existan complicaciones en el parto debería volver a ser una experiencia familiar y humanamente simple y al mismo tiempo enriquecedora, nada traumática. A la mujer embarazada no se la puede tratar como a un enfermo de apendicitis; ni al niño recién nacido como a un «paciente» que conviene blindar a toda costa frente a la amenaza de sus propios padres.

CRECER SIN ESCUELA

Robert no sabe lo que es el temblor de un examen, el pavor a unas notas, el miedo a un castigo. Tampoco sabe lo que es pasar lista, ponerse en fila o salir al recreo. No lo sabe y probablemente no lo sabrá nunca, porque todo lo que sabe —que no es poco— lo aprendió desde muy niño en casa.

En casa y con su madre, Illene Heller, como maestra para todo: escritura, lectura, matemáticas, hebreo. Su padre, William Isabella, echa una mano por las tardes: trabajos manuales, electricidad, mecánica... De cuando en cuando, Robert se reúne con otros niños que también estudian en sus casas y juntos exploran un museo, una biblioteca o el jardín botánico.

Cuando sus padres tomaron la decisión de no llevarlo al colegio, a principios de los noventa, a Robert lo miraban como a un «bicho raro». Hoy en día ya no es tan extraño: más de un millón de niños norteamericanos aprenden lo necesario sin salir del nido familiar.

El movimiento del *homeschooling* (la escuela en casa) está también ganando adeptos en países tan cercanos como Francia, Inglaterra o Alemania, donde es un derecho perfectamente reconocido. En España, mientras, se sigue hablando peyorativamente de «objeción escolar»: los padres que deciden no llevar a sus hijos al colegio pueden ser denunciados al amparo de la Ley del Menor, y las «autoridades públicas competentes adoptarán las medidas necesarias para su escolarización».

Ni la fuerza de la ley ni la presión social echaron para atrás a Julio y Almudena, una pareja que decidió hace tiempo abandonar Madrid con sus tres hijas para instalarse en Oropesa del Mar (Castellón). La suya es una de las cincuenta familias de «objetores escolares» que en 1997 había en España; sus casos aparecieron como auténticas rarezas en *Cuadernos de Pedagogía*. Todos ellos están en contacto permanente para contrastar sus experiencias,

aprender unos de otros y hacer fuerza para que en nuestro país se les abra definitivamente las puertas. En su mente, una revista que haga las veces de correa de transmisión de sus ideas: *Crecer sin escuela*.

Julio y Almudena lo tienen claro: la escuela es castradora y aplica una especie de tabla rasa en la mente de los niños. «Muchas de las taras que llevamos en el inconsciente provienen de nuestra propia historia escolar —sostienen—. Durante los primeros años de vida, el niño aprende jugando, y a partir de ahí adquiere conocimientos, fantasías y todo lo demás. La escuela, por lo general, machaca la curiosidad y la creatividad de los pequeños».

¿Y qué dicen los propios protagonistas? «A veces tengo ganas de saber cómo será el colegio —reconoce Robert, el niño neoyorquino con el que abrimos el capítulo—. Pero me siento muy bien en casa. Tengo tiempo para leer todo lo que quiero, de cinco a seis horas diarias. ¿Mis amigos? Tengo bastantes, no creas. Casi todos ellos aprenden también en casa. Nos juntamos sobre todo para jugar al béisbol».

«La gente se mete con nosotros y nos dice que el niño tendrá problemas para socializar de adulto —dice la madre, Illene—. A mí me parece que es más bien al revés, que son las escuelas las que crean conflictos, que es allí donde aprenden malos hábitos que luego, en casa, son muy difíciles de corregir».

Las razones éticas y religiosas están precisamente en el origen del *homeschooling*. Cuando el movimiento comenzó a asentarse en Estados Unidos, allá por los años setenta, la mayoría de los adeptos eran fervorosos cristianos, preocupados por la ausencia de valores en las escuelas. Después se sumaron los «libertarios», seguidores de las proclamas anti-institucionalistas de John Holt. Ahora, el espectro de los padres-profesores es tan ancho como el horizonte. Personajes de renombre como la actriz Debra Winger se han sumado a la tendencia y han renunciado parcialmente a su carrera para volcarse en la formación de sus hijos.

Los padres se organizan en redes y cuentan con el apoyo puntual de profesores para determinadas asignaturas. Circulan ya cientos de libros, revistas y *websites* destinados a facilitar la ardua tarea. Un examen anual o el informe de un tutor es la vaga idea que al final tendrá el niño del rigor escolar.

La jornada «extraescolar» de Robert Isabella comienza sin sobresaltos a eso de las nueve y media de la mañana en su casa del East Village de Manhattan. El niño, por sí mismo, elige entre una montaña de libros y comienza el día sumergido en la lectura: tal vez una adaptación de una obra de Shakespeare, quizás un libro de Matemáticas, o un ensayo de Groucho Marx... La madre, que trabaja a tiempo parcial como enfermera, ejerce todas las mañanas tres o cuatro horas como profesora («a veces es agotador, pero compensa»).

«Sin riesgo de equivocarme, diría que Robert está más preparado que los niños de su edad —presume su padre, William—. El niño ha aprendido a aprender por sí mismo, y ésa es una "asignatura" que no enseñan en las escuelas. Yo creo que el gran problema de nuestros días es que los padres no tienen paciencia ni tiempo para leer a sus hijos o para aprender con ellos. Y todo lo delegan, en la escuela o en la tele, que es mucho peor».

El «boom» de la escuela en casa crece imparable en Estados Unidos, del orden del 40 % al año. El número de niños que no pisan el colegio podría superar el millón y medio en el año 2000, según datos del National Home Education Research Institute.

Enseñar a los hijos en el hogar obliga, por supuesto, a severos ajustes en la rutina familiar. El esfuerzo es grande, y la responsabilidad que recae sobre los padres puede resultar abrumadora. Las mujeres son las que habitualmente soportan el mayor peso: o renuncian a su carrera o trasladan el trabajo a casa, o reducen su jornada a tiempo parcial.

De todo esto da fe Julia Ferré, madre de cuatro hijos en California, y abnegada profesora de todos ellos: «A veces es muy sacrificado, es cierto, pero no hay mayor satisfacción que aprender todos los días de tus hijos y con tus hijos. En esta sociedad en que vivimos, en la que los padres procuran pasar el menor tiempo posible con los niños, me considero en el fondo una privilegiada».

LA EDUCACIÓN EMOCIONAL

Hay dos tipos de padres: los que explican a sus hijos en qué consiste el mundo invisible de las emociones y los que prefieren reprimirlo, o cuando menos ignorarlo. La primera variante es una especie muy rara en nuestros días. Como dice Daniel Goleman, el autor de *Inteligencia Emocional*: «Los padres se interesan cada vez menos por el crecimiento interior de sus hijos y pasan muy poco tiempo juntos. Los niños viven terribles situaciones de incomunicación y aislamiento».

Resultado: estamos creando una generación de «analfabetos emocionales», niños con gravísimos problemas de socialización, incapaces de expresar sus sentimientos o de controlar sus impulsos y con un nivel bajísimo de autoestima.

La única solución, vislumbra Goleman, está en la escuela: «Ya que los padres no les enseñan, los profesores no tienen más remedio que cubrir ese hueco».

En decenas de colegios norteamericanos se imparten seminarios como «Habilidad Social» o «Control de las emociones». Asignaturas como el autocontrol, la autoestima o la empatía comienzan a ser tan tenidas en cuenta como la tísica o las matemáticas. En escuelas como el Nueva Learning Center de San Francisco, los niños empiezan el día evaluando su propio estado de ánimo (del uno al diez) según les van pasando lista.

Las mejoras en los estudiantes no se hacen esperar: menos agresividad, menos propensión a las drogas, mayor autocontrol, mejor disposición para el trabajo en grupo… Quizás ha llegado el momento de cambiar radicalmente el concepto de aprendizaje, de procurar que la educación gire en torno a algo más que un expediente académico, de «tocar» esa otra parte del cerebro de los niños que normalmente queda olvidada.

Los profesores hacen lo que pueden, pero el mayor peso sigue

recayendo sobre los padres. A ellos va dedicado un libro, *The Heart of Parenting (El corazón de la paternidad)*, pionero en la aplicación de la inteligencia emocional a la educación. Su autor, John Gottman, siguió muy de cerca a ciento veinte familias y al cabo de diez años evaluó sus logros y fracasos: los hijos de matrimonios emocionalmente maduros no sólo iban mejor en la escuela, también demostraban mejor salud física y mental, más habilidades sociales y mayor autoestima.

Gottman rechaza la división clásica entre padres autoritarios o excesivamente permisivos y aboga por lo que él llama el «tutor emocional»: «Amar a los niños no es suficiente. Hace falta enseñarles un tipo de habilidades para las que muchas veces no estamos preparados. Deberíamos aprender todo esto en escuelas para padres, aunque lamentablemente no existen».

Gottman recomienda sacarle tanto partido a las emociones positivas como a las negativas, que a veces son ocasiones inmejorables para el aprendizaje. Conviene ayudar al niño a etiquetar y definir verbalmente sus sensaciones: triste, ansioso, tenso, preocupado, herido, frustrado. Tenemos que ser capaces de contagiarles nuestra confianza y ayudarles a salir por sí mismos de las situaciones.

Diplomarse en «tutoría emocional» no es tarea fácil, y exige tres cualidades cada vez más escasas en las familias de hoy: compromiso, dedicación y tiempo.

Gottman sostiene que el contacto constante y diario entre padres e hijos es fundamental durante los dos primeros años. Hasta ese momento, debería procurarse no enviar al niño a una guardería ni dejarle demasiado tiempo al cuidado de terceros. Muchas guarderías no cuentan con el suficiente personal cualificado y cumplen más bien la función de «aparcamientos infantiles»: en vez de fomentar la socialización del niño pueden alimentar su inseguridad y su aislamiento.

Ocho de cada diez niños pasan a lo largo del día un tiempo lejos de sus padres. La opción más socorrida en España es ya el centro preescolar, seguida de los familiares —preferentemente los abuelos —, los conocidos y las niñeras.

La distancia entre padres e hijos es, pues, una constante desde la más tierna infancia. Ni la infraestructura social ni las condiciones

laborales favorecen la existencia en nuestro país de un tipo de guarderías alternativas, muy extendidas en los países nórdicos: los «centros de estimulación», donde grandes y pequeños acuden de la mano varias veces a la semana y aprenden juntos a jugar, a explorar, a compartir sus emociones...

DIEZ SUGERENCIAS…PARA EDUCAR EMOCIONALMENTE A UN NIÑO

- Póngase en el lugar del niño. No actúe siempre egoístamente y según su conveniencia. Préstele atención cuando la reclame.
- Pregúntele y escuche. No intente averiguar por ciencia infusa ni le reprima con frases como «¡Lo que te pasa es que eres un sinvergüenza!».
- No le reproche el tener emociones negativas. La tristeza es tan natural como la alegría. Nuestro mundo emocional está lleno de altibajos.
- Ayúdele a identificar y canalizar sus «malas emociones». Enséñele a superarlas por sí mismo: estará sentando las bases del autocontrol.
- Incentive su curiosidad. No le ponga barreras ni cortapisas. Sígale muy de cerca, pero no le proteja en exceso.
- Aprenda con él. Haga de cualquier experiencia un juego. Estimúlele cuando aprenda algo por sí mismo.
- Retrase por lo menos hasta los dos años el momento de llevar al niño a la guardería. Procure, a cambio, asistir con él a «centros de estímulo» o grupos de juego para padres e hijos.
- No le pegue. Corríjale siempre que haga falta. Dígale «no» cuando tenga que decírselo. Aplíquele un tipo de disciplina positiva. Sea afectivo con él.
- No permita que la televisión haga de padre o de madre. No le deje verla los primeros meses. Fije unos horarios estrictos.
- Celebre sus conquistas. Alimente su motivación… Pero no le inunde de regalos. Fíjele pequeñas grandes metas. Estimule en él el deseo de lograr algo; así desarrollará su sentido de la intencionalidad.

¿SIMPLIFICAR CON NIÑOS?

Tener un hijo es tal vez la forma más premeditada —y también la más enriquecedora— de complicarse la existencia. Durante los primeros meses, la falta de sueño y las continuas exigencias del bebé serán una fuente añadida de estrés. A medio plazo, sin embargo, un niño puede ayudarnos a ver las cosas más claras y a establecer un nuevo orden de prioridades en la vida.

Por primera vez, quizás, seremos capaces de analizar fríamente nuestra actitud hacia el trabajo y cuestionarnos si merece la pena seguir quemando horas y más horas en la oficina. Tendremos una excusa perfecta para adelantar la llegada al hogar, nos plantearemos la posibilidad de trabajar desde casa o a tiempo parcial (siempre y cuando la situación económica lo permita).

El recién llegado nos obligará también a un riguroso ajuste presupuestario: inmejorable ocasión para modificar nuestra relación con el dinero. Nos veremos forzados a renunciar a pequeños lujos (cines, restaurantes, ropa, viajes), pero con el tiempo descubriremos que un bebé no es necesariamente una billetera sin fondo. Con tiendas de segunda mano, regalos útiles y recolectas entre familiares y amigos, se puede salir adelante sin más gastos que los pañales durante los primeros meses. La lactancia es también un ahorro considerable (amén de una inversión segura en salud y en desarrollo emocional del bebé).

La habitación o la cuna no tienen por qué ser una réplica de Disneylandia… Las visitas a las tiendas de rigor nos harán caer en la cuenta de hasta qué punto los niños —y los padres— son víctimas del acoso comercial que comienza desde el momento de elegir unas simples sábanas. A poco que nos descuidemos, y antes de que el pequeño pueda pedir por su boca, tendremos una montaña de juguetes y accesorios inútiles que perdieron todo su interés nada más salir de la caja.

La televisión reclamará desde muy pronto su interés, y si no se lo impedimos, aprenderán seguramente a hablar con los eslóganes comerciales. Hasta los seis años, aproximadamente, un niño no está capacitado para distinguir entre lo que es y no es publicidad. Los anunciantes lo saben y se aprovechan: pagamos los padres.

Usar la televisión como niñera electrónica o dejarla encendida como ruido de fondo es la manera más segura de adiestrar a los hijos en el arte del despilfarro. Las sesiones de pequeña pantalla hay que dosificarlas desde la infancia, e incluso alternarlas con períodos de abstinencia, de modo que los niños sean capaces de entretenerse fácilmente de otro modo.

En el complejo mundo de los ordenadores, padres e hijos deberían caminar juntos, y a una edad no excesivamente temprana. Antes que con los teclados o las pantallas de colores, los niños deberían familiarizarse con los libros, las letras y los números. Y también con la naturaleza, la música, el baile o los deportes.

Pero tampoco se les puede programar excesivamente en horarios extraescolares. Muchos padres, obsesionados por sacar partido a sus «niños prodigio», los embarcan en una cadena interminable de actividades que al final se traduce en constantes tensiones. A los pequeños hay que estimularles y habituarles a una cierta disciplina, aunque conviene dejarles un ancho margen para el juego y el descubrimiento, acaso las dos formas más básicas de aprendizaje.

Ni demasiado permisivos ni excesivamente protectores. Los padres han de saber encontrar el punto de equilibrio e inculcar a sus hijos un cierto sentido de la independencia desde bien pronto... «El camino hacia la autonomía comienza cuando les haces saber que no estarás siempre a su alrededor», afirma Elaine St. James, autora de *Simplify your lije with kids (Simplifica tu vida con niños)*.

El proceso de separación, según St. James, debería ser gradual e intensificarse sobre todo a los tres años, la edad ideal para dejarles unas horas al día en un centro preescolar, que aprendan «habilidades sociales»... «Tan pronto como un hijo gane independencia, también la ganarán los padres».

Aun así, el primer paso para la emancipación hay que darlo en casa: los hijos han de asumir cuanto antes las responsabilidades en el hogar, independientemente de su sexo. Tareas tan aparentemente ingratas como barrer, fregar los platos o lavar la ropa pueden ser

para ellos tan divertidas como un juego.

Los hijos pueden involucrarse también en la preparación de las comidas, que tienen que volver a cumplir la función de rito familiar por excelencia (no hay hogar más caótico e inmanejable que aquel en el que cada cual decide servirse a su hora y a su antojo, previo paso por el microondas).

Conviene limitar al máximo el uso de los walkman, el teléfono o los videojuegos e imponer, a partir de ciertas horas, el «silencio electrónico» en los hogares. La vida en familia se simplifica enormemente desde el momento en que los niños aprenden a deleitarse en la lectura, el dibujo o la música y descubren que la soledad no es necesariamente aburrida.

LOS PIES EN LA TIERRA

VERDE, QUE TE QUIERO…

El «ecobarómetro» de Sigma-2 dice que el nuestro es un país «muy preocupado» por el medio ambiente: ocho de cada diez españoles muestra «mucho» o «bastante» interés por su entorno.

Lo que rara vez airean las estadísticas es el abismo insalvable que existe entre las buenas intenciones y los hechos constatabas. Para la gran mayoría, la protección del medio ambiente se limita al «cuidado de no ensuciar la calle». En capítulos tan básicos como el reciclaje de las basuras, el cambio de los hábitos de consumo o la renuncia voluntaria al uso del coche estamos aún a años luz de algunos países europeos.

¿De quién es la culpa? De los ciudadanos y las grandes empresas, que hacen menos de lo que pueden (responde el 88 % de los encuestados). Y también, en menor medida, de los ayuntamientos, las asociaciones de vecinos y el gobierno.

La gente está por fin sensibilizada, y en eso coinciden los grupos ecologistas. Conceptos tan etéreos como el calentamiento global o el agujero en la capa de ozono han comenzado a calar en el ciudadano medio. Nos falta, sin embargo, una mayor determinación para romper el muro de pasividad y silencio. Somos verdes de «boquilla» o de sillón, y el profundo desconocimiento nos impide pasar a la acción donde más incidencia tenemos: nuestra casa, nuestro barrio, nuestro pueblo.

Un ejemplo de la lacerante falta de información es lo que ha ocurrido con el tratamiento de las basuras. Hasta 1995, y salvo iniciativas aisladas, el nuestro era aún un territorio «virgen» en la cuestión del reciclaje. Dos años más tarde, y gracias casi exclusivamente a la presión de los ecologistas, el 44% de los españoles afirmaba reciclar por su cuenta y riesgo, aunque muy pocos ayuntamientos facilitaran la recogida selectiva.

La labor de asociaciones como Greenpeace, Coda, Aedenat,

Adena o Amigos de la Tierra ha sido decisiva en campañas contra los vertederos tóxicos, las incineradoras, los planes hidráulicos y los «cinturones» de asfalto en las grandes ciudades.

Las organizaciones de consumidores también han puesto su grano de arena, y poco a poco los españoles estamos asumiendo la íntima relación entre el medio ambiente, la salud y la cesta de la compra. Los aerosoles, las pilas de mercurio, el policloruro de vinilo (PVC) y los alimentos transgénicos han sido los caballos de batalla de estos últimos años.

El eco tardío de libros como *La primavera silenciosa* (de Rachel Carson) o *Nuestro futuro robado* (de Theo Colborn, John Peterson Myers y Dianne Dumanoski) ha servido para que por fin nos enfrentemos en España a otra cuestión alarmante: la presencia ubicua —en el aire, en el agua, en los alimentos— de sustancias químicas usadas en los pesticidas que se van acumulando en nuestros cuerpos y que están afectando gravemente a la fertilidad, la inteligencia y las defensas inmunológicas.

La Asociación Vida Sana lleva desde 1974 luchando en este terreno. Nació como una iniciativa singular de tres familias, con hambre de «productos descontaminados», y ha terminado siendo el principal impulsor en nuestro país de la agricultura biológica. Aun así, la respuesta en España es mínima: más del 80 % de nuestros cultivos libres de abonos y pesticidas sintéticos van a parar a los estómagos agradecidos de los centroeuropeos, mucho más sensibilizados que nosotros por la dieta «limpia».

.Los medios de comunicación, vendidos a los intereses de los anunciantes, rara vez informan de los entresijos de la industria de la alimentación. Son de nuevo los ecologistas, con su presión insistente, los que han conseguido alertar sobre los riesgos de la manipulación genética de los alimentos, con una respuesta muy favorable de la población.

Nuestra predisposición hacia el consumo «verde» está ahí, esperando a que tomen nota los agricultores y los proveedores (y a que los precios bajen). El éxito de iniciativas como BioCultura —una de las principales ferias europeas de alternativas y calidad de vida— demuestra que hay decenas de miles de españoles deseando apostar por unos hábitos más sanos y alejados de la marea comercial.

Pero la gran mayoría sigue, de momento, los caminos trillados. Pese a que la contaminación figura entre las principales preocupaciones ambientales, la gente se resiste a bajarse del coche. Tan sólo el 12% de los españoles reconocía en 1997 haber reducido el uso del vehículo privado.

El automóvil sigue siendo nuestro compañero inseparable (y el mejor indicador de nuestro estado anímico y nuestro estatus económico). El transporte público, la bicicleta o el auto compartido no entran aún en nuestros rígidos esquemas, aunque el aire de nuestras grandes ciudades sea irrespirable.

La protección del medio ambiente arranca en el momento en que apagamos voluntariamente un motor y reducimos nuestra particular emisión de dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno y partículas en suspensión a la atmósfera. Esa idea aún no ha cuajado en los españoles, que siguen asociando la ecología a la remota defensa de los espacios naturales o de las especies protegidas.

Con evidente retraso, los partidos políticos y hasta el Ministerio de Medio Ambiente han incorporado a su vocabulario el concepto de «desarrollo sostenible», y los ciudadanos empiezan a descubrir el modo en que sus pautas de consumo afectan no ya sólo a su entorno inmediato, sino a la supervivencia del planeta.

Según estimaciones de la asociación Consumers International, el desgaste de los recursos naturales excedía en 1997 el 33 % de la capacidad de la Tierra para recuperar los bosques talados y las áreas contaminadas. «La vigorosa ola consumista de las clases medias amenaza con arrastrar al mundo a una debacle medioambiental», decía un informe que fue presentado en el Quinto Foro de Río y que concluía de esta preocupante manera:

«Del 35 % al 50 % de la población de los países en desarrollo está bajo la línea de la pobreza. Mientras, la política que prevalece es la de producir más y mejores automóviles antes que autobuses, inundar el mundo de teléfonos móviles antes que mejorar los sistemas públicos de comunicaciones, ofrecer más bebidas refinadas antes que agua potable para todos».

RECICLARSE O MORIR

Desaparecieron del barrio los traperos y los chatarreros, y nos quedamos con lo puesto, sin saber qué hacer con todo lo que no cabe en el cubo de la basura, obligados a desprendernos por la vía rápida de una montaña de residuos —papeles, latas, plásticos— que podrían ser aprovechados a poco que alguien se interesase.

Nuestra remota idea del reciclaje se limita al contenedor de vidrio de la esquina, instalado más por el interés comercial de los fabricantes que por motivos medioambientales. Todo lo que no es cristal va a parar indistintamente al cubo, y de ahí al vertedero o a la incineradora: a «envenenar» el aire que respiramos y, de paso, desaprovechar una impagable materia prima para cantidad de productos (fertilizantes naturales, papel reciclado, cojines, alfombras, metales refundidos).

Eso de tener dos, tres y hasta cuatro bolsas para los distintos tipos de basura nos suena de verlo en alguna película americana, o de habérselo oído decir a un vecino. Pero nuestra mentalidad, de momento, es la de «usar y tirar»; en las antípodas de esa elemental regla de las tres «erres» que deberían enseñar en las escuelas: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

El reciclaje comienza antes incluso de la adquisición de un producto. Los envases de tetrabrik o las bolsas de plástico no se desvanecen en el aire. Hasta la mínima decisión en la cesta de la compra tendrá un impacto ambiental, y ese mensaje no lo han captado aún en España ni los ciudadanos ni los ayuntamientos ni las empresas.

El retraso con respecto a Estados Unidos y al resto de los países europeos es tal que ni siquiera merecemos el ascenso a segunda división, en opinión del máximo experto en la materia, Alfonso del Val, autor de El libro del reciclaje: «A excepción de unas realizaciones tan escasas como ejemplares de ámbito local en

España no se ha hecho nada por el reciclado.

»Cuando al ciudadano se le da la oportunidad, la respuesta es muy positiva y sorprendente —afirma Del Val—. Si ponen un contenedor para la recogida de papel en la calle, al poco tiempo rebosa. Pero la solución no es ésa; la solución es una estrategia global para la recogida selectiva y el reciclaje que en España nunca ha existido».

Tarde y mal (según los grupos ecologistas), el Ministerio de Medio Ambiente decidió actualizar la ley de residuos de los años setenta y entrar a saco en los cubos de basura. El objetivo, nada ambicioso, es imponer la selección previa en los hogares en el año 2001, algo que ya se viene haciendo en países como Alemania, Holanda o Austria desde hace dos décadas. También a destiempo nos ha llegado la «ecotasa», el impuesto para sustentar el coste de la selección y el reciclado.

Mientras en Estados Unidos se reciclaba en 1996 el 30 % de los residuos sólidos urbanos, en las grandes ciudades españolas la proporción era de apenas el 5 %, y más bien gracias a la labor desinteresada de la Asociación de Grupos Recuperadores de Economía Social y Solidaria (más de una veintena, repartidos por toda nuestra geografía).

Por esas fechas, Córdoba era prácticamente la única gran ciudad que contaba con un plan integral de recogida selectiva. El área metropolitana de Barcelona decidió apostar meses después por un programa de gestión de residuos que pretende llegar a tres millones de habitantes antes del año 2006. En Navarra (donde abrió la brecha en 1983 el grupo LOREA), en Madrid y en el País Vasco también ha habido actuaciones aisladas.

Pero el auténtico bastión del reciclaje en España ha sido sin duda el plan de la Mancomunidad de Montejurra. Unos cuarenta y cinco mil vecinos, repartidos entre ciento cuatro pueblos, separan cuidadosamente en sus casas el papel y el cartón de la basura orgánica, recogidos por separado a domicilio. También hay un día señalado para «envases y otros» (metales, plásticos, tetrabrik). El vidrio va a parar directamente a los contenedores callejeros. Las farmacias y los ambulatorios se hacen cargo de los medicamentos. Los traperos de Emaús recogen la ropa y los muebles inservibles.

De las dieciocho mil toneladas recolectadas todos los años, se

acaba aprovechando el 60%. La materia orgánica pasa por una planta de compostaje y luego se venderá como fertilizante natural (los vecinos tienen derecho a una porción gratis). El vidrio, el papel y el cartón, los envases de plástico y los metales se venden por separado a la industria recicladora. Los muebles y la ropa acabarán en instituciones benéficas o en tiendas de segunda mano.

El éxito del plan de Montejurra, Premio Nacional de Medio Ambiente en 1994, ha servido de inspiración para otras mancomunidades. El reciclado despunta por fin en nuestro país no sólo como la alternativa «limpia» a las monstruosas incineradoras; también como una respuesta social al consumismo imperante y una apuesta personal por un estilo de vida más sostenible, empezando por el lugar donde más huella dejamos: nuestra propia casa.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA UNA VIDA DOMÉSTICA MÁS «SOSTENIBLE»

Alfredo del Val, en *El libro del reciclaje*, nos da algunas pistas para la iniciativa por nuestra cuenta sin esperar a que ninguna ley nos obligue. Algunos consejos están también extraídos del libro *El hogar ecológico: cuida el medio ambiente sin salir de casa*, de José Luis Gallego y César Barba.

- Reduzca los residuos. Piense que todos los envases y embalajes desechables tendrán un impacto ambiental. Evite las dobles bolsas y los paquetes. Compre siempre que pueda a granel. Lleve una bolsa de tela o un carro a la compra y huya en lo posible del plástico.
- Recicle su basura. Separe convenientemente la materia orgánica el papel y el cartón, el vidrio y los metales. Si su Ayuntamiento no facilita la tarea, contacte con un trapero, un chatarrero o un recuperador de papel. Movilice a los vecinos de su comunidad e implique al portero de su finca para facilitar la tarea. Los residuos peligrosos —bombillas, fluorescentes, medicamentos, aceites— se pueden llevar a «centros de recogidas. Infórmese y utilícelos.
- Devuelva a la tierra lo que es de ella: instale un compostero en su jardín o terraza. Valen de doce mil a veinte mil pesetas —no más que un microondas— y le garantizan el reciclaje casero de su basura orgánica, que luego podrá usar como abono. Hay métodos de fabricación casera más barata: basta un simple cubo con una capa gruesa de tierra en el fondo. Utilice productos reciclables y/o reciclados. Evite envases de un solo uso como el tetrabrik o el vidrio no reutilizable. Nunca compre un producto embotellado en plástico PVC (muy utilizado en aguas

minerales). Reutilice los recipientes de plástico. Modere en lo posible el consumo de latas de conserva. Evite los productos desechables como los pañuelos y las servilletas de papel. Cambie al papel reciclado. Compre muebles y ropa de segunda mano.

- Prolongue al máximo la vida de los electrodomésticos y de los aparatos electrónicos. No caiga en la tentación de cambiar de aparato de música, de vídeo o de teléfono a la primera avería. Aprenda a reparar o recuperar sus propios muebles. Restrinja al máximo el consumo de pilas (siempre que tenga la opción, utilice el enchufe). Compre pilas alcalinas, y evite las de mercurio y cadmio. Utilice las pilas recargables cuando tenga garantizada la recogida selectiva y el tratamiento posterior.
- Aisle térmicamente su casa y reducirá el consumo de calefacción en verano y de refrigeración en invierno. Instale un ventilador de techo en lugar de aire acondicionado. Ahorre energía. Utilice bombillas de bajo consumo. Recuerde la amenaza permanente de la sequía y modere al máximo el uso del agua. Instale un filtro para mejorar la calidad del agua potable (llene garrafas para aprovechar hasta la última gota). Ponga programas cortos en la lavadora y el lavavajillas. No sature la cocina de pequeños electrodomésticos de excesivo gasto y dudosa utilidad.
- Apueste por el gas natural el combustible más limpio. No caiga en la moda de cambiar los quemaderos de gas en la cocina por los eléctricos o la vitrocerámica. Considere la posibilidad de instalar «gasodomésticos» (lavadoras, lavaplatos o neveras que funcionan con gas).
- Evite el uso de aerosoles que contengan gases. Utilice productos de limpieza biodegradables. Mire cuidadosamente las etiquetas: prescinda de los que tengan fosfatos y tensoactivos. Utilice vinagre en lugar de lejía. Use pinturas y barnices con etiqueta ecológica.
- Utilice plantas con función ambientadora y descontaminante: ficus en el salón (absorbe el humo del tabaco y las colas), geranios y albahaca en la cocina (repelen a los insectos), potus y helechos en el cuarto de baño (absorben la humedad). Las plantas en grupo mantienen mejor la humedad en habitaciones secas a causa de la calefacción.

CON EL COCHE AL FIN DEL MUNDO

En *Un día de furia*, Michael Douglas nos mostraba hasta dónde es capaz de llegar un conductor cuando pierde los estribos al volante. Armado con una escopeta, incapaz de soportar la tensión del gran atasco, decidía emprenderla a tiros con los coches, sin distinción de marcas, modelos o colores.

Nos gustara o no, la película daba una visión bastante aproximada de la paranoia hacia la que camina la sociedad «motorizada». Según un estudio de la Asociación de Automovilistas Americanos, el 90 % de los conductores experimenta todos los años el llamado *road rage* (el cabreo de la carretera).

Arnold Nerenberg, psiquiatra californiano y máximo especialista en el tema, está empeñado en elevar el *road rage* a la categoría de enfermedad mental. Su propuesta, acompañada por decenas de casos clínicos de episodios agresivos al volante, está en fas de estudio por parte de la Asociación de Psiquiatras Americanos.

El cabreo de la carretera se traduce en una subida fulgurante de la presión sanguínea, una irritabilidad extrema y una consecuente pérdida del autocontrol. Más de sesenta minutos al día en (Joche, especialmente en hora punta, puede conducirnos de cabeza a ese estado de estrés añadido a la ya de por sí insoportable tensión diaria.

En España, el conductor medio se pasa unas seiscientas cuarenta horas anuales en coche. La mayor parte de ellas (seiscientas) para moverse por la ciudad a una velocidad media (veinte kilómetros por hora) inferior a la de una bicicleta.

A la luz de estos datos, está claro que los automóviles nos sirven para algo muy distinto de lo que vemos en los anuncios: el fin del mundo está a la vuelta de la esquina y se parece mucho a una ratonera.

Más de catorce millones de turismos se mueven ya por nuestras

calles y carreteras. Las autopistas y las vías de circunvalación reproducen el modelo americano, que tan nefasto efecto ha tenido sobre las ciudades. En apenas diez años nos hemos puesto al nivel de nuestros vecinos europeos: las altas y las bajas de las ventas de coches son el mejor indicador no sólo de nuestra economía, también de nuestro pulso vital (ajeno al parte semanal de víctimas de la carretera).

La televisión nos recuerda decenas de veces al día que necesitamos un coche para triunfar, un coche para ligar, un coche para darle envidia al vecino, o mejor dos. Porque el coche es algo más que el coche; es el espejo retrovisor al que nos miramos todas las mañanas, fiel reflejo de nuestro ascenso en la vida.

Levantar la voz contra el uso indiscriminado del automóvil en España es poco menos que predicar en un pedregal. Lo atestigua Alfonso Sanz, coautor de *Hacia la reconversión ecológica del transporte en España* y miembro de la asociación A Pie, que reclama la reconquista de la ciudad para quien la camina… «No hay voluntad política de demostrar que sin el coche se puede vivir perfectamente. La gente está acostumbrada a coger el automóvil a la mínima excusa, y así vamos a seguir mientras entre todos no lo impidamos. Las medidas de restricción del tráfico son impopulares al principio, sobre todo para los comerciantes, pero al final se acaban agradeciendo. Lo que hace falta es valentía para dar el paso adelante».

Sanz habla de San Sebastián, Oviedo y Vitoria como tres modelos de ciudades recuperadas para uso y disfrute del viandante. Pamplona y Granada van por el mismo camino. Barcelona está siguiendo los pasos de otras ciudades europeas.

El retraso es sin embargo evidente en Madrid, donde tocamos ya a cuatrocientos coches por mil habitantes. En los últimos diez años —exceptuando acciones puntuales en algunos barrios—, el peatón ha sido un cero a la izquierda y sólo se han tenido en cuenta las exigencias de los automovilistas. A golpe de pasos y aparcamientos subterráneos, la ciudad ha sucumbido al imperio de las cuatro ruedas, que también tiene su gran parte de culpa en la boina contaminante que se va dibujando según se baja de la sierra.

«Mientras no se produzca un cambio cultural en la población, va a ser difícil avanzar —advierte Alfonso Sanz—. La gente tiene que

darse cuenta de que más coches y más autopistas no suponen una mejor calidad de vida, sino todo lo contrario: más contaminación, más problemas de movilidad. Hay que dejar de rendir culto al tótem del automóvil y descubrir los enormes beneficios del transporte público y de la bicicleta».

Haciendo honor al nombre de su asociación, Alfonso Sanz se desplaza por Madrid mayormente a pie, como la mayoría de los mortales. La bici la utilizaba mucho en tiempos, pero cada vez la saca menos porque se siente intimidado por los coches. Tiene carné, pero detesta conducir.

Quien suscribe también puede aportar su experiencia particular con el coche... Después de una larga década imantado al volante, llevo cuatro años sin saber de facturas del seguro, plazas de garaje, gasolinas, reparaciones o multas. Volviendo la vista atrás, y recordando las horas que consumí en los atascos, siento ahora auténticas náuseas. Desde este otro lado del cristal, me compadezco de los sufridos conductores solitarios que avanzan a trompicones por la ciudad; mi experiencia como peatón y usuario del transporte público ha sido ciento por ciento liberadora.

No reniego por completo del automóvil; de cuando en cuando alquilo uno para huir al mar o a la montaña. No descarto volver a tener coche, pero jamás para moverme dentro de la ciudad. Me lo impide el sentido común.

Con el coche pasa muchas veces lo que con la televisión: más que por necesidad, lo utilizamos por hábito. Mejor dicho, nos dejamos utilizar por él: acabamos «acompañándole» adonde quiera llevarnos. Preferiblemente, al atasco más próximo.

Cuando nos montamos en él, pensamos única y exclusivamente en nuestro provecho, nuestra diversión, nuestra envidiable movilidad. Rara vez nos planteamos usarlo menos por motivos ecológicos o de conciencia social.

«El coche está estrangulando nuestras vidas y nuestros paisajes —sostiene Jane Holtz Kay, urbanista americana y autora de un contundente alegato contra la cultura del automóvil: *Asphalt Nation (Nación de asfalto)*—. A título individual y a nivel de comunidad, estamos pagando un altísimo precio: contaminación, congestión, aislamiento».

El suburbio americano —y nuestra peculiar versión, el adosado

— es el más claro ejemplo de la planificación de la vida alrededor del coche, denuncia Kay: «El proceso de urbanización se extiende a lo ancho y el asfalto oculta el horizonte. Las distancias se multiplican y es absolutamente imprescindible usar el auto para cualquier actividad. Terminamos siendo sus esclavos.

»El daño está hecho, pero podemos reconquistar el terreno invadido por el automóvil —proclama la autora, que pide entre otras cosas una congelación temporal en la construcción de nuevas carreteras, algo que desde hace años viene reclamando la Alianza para la Moratoria del Asfalto, con sede en Arcata (California). En *Auto-Free*, su revista trimestral, lanzan un S.O.S. desesperado para salvar al mundo del peligro—: En tres o cuatro décadas habrá en circulación mil millones de automóviles. Nuestro planeta no podrá soportar ese peso. ¡Luchadores contra las carreteras, uníos!».

En el Reino Unido, la organización Alarm UK ha plantado cara a la ampliación indiscriminada de las carreteras y ha generado un cambio social impensable hace unos años. Gracias a la presión popular, los británicos están en la proa europea en la reconversión del transporte.

Las asociaciones ecologistas llevan más de una década alertando contra los excesos de los planes de autovías y carreteras de circunvalación en España, pero la gente no está aún sensibilizada acerca de la necesidad de levantar barreras a la invasión del automóvil y de limitar o compartir su uso.

Iniciativas como el auto compartido, tan populares en Alemania o Estados Unidos, están tardando en despegar en nuestro país por falta de costumbre o por la resistencia a viajar con extraños. Barnastop, en Barcelona y Autocompartido, en Madrid, fueron los pioneros a principios de los noventa. Desde 1996 funciona con incipiente éxito el corredor para Vehículos de Alta Ocupación (VAO) en la N-VI, gestionado por una agencia pública que pone en contacto a las personas interesadas en viajar con compañía.

La respuesta final, en cualquier caso, queda a expensas de la conciencia y el sentido común del automovilista. ¿Sabía usted que nuestros coches contaminan tres veces más de lo que consumen?

A DOS RUEDAS

Ochocientos cincuenta millones de personas la utilizan en todo el mundo. Es ligera y limpia. No contribuye al cambio climático, no contamina. Ideal para distancias cortas, resistente al frío y al calor. Al alcance de todos los bolsillos, baratísima de mantener. La bicicleta.

En algunos países industrializados, el número de ciclistas dobla al de automovilistas, nadie lo diría. Los españoles, de momento, tenemos la convicción de que las bicicletas son para el verano y poco más. Nos hemos quedado en la cosa lúdica de la fiesta de la bicicleta y en la moda de la *mountain bike*. Como mucho, llegamos al escuálido carril-bici para acallar las protestas de los ecologistas, pero ni los ayuntamientos ni el Ministerio de Medio Ambiente se han planteado en serio su potencial como transporte alternativo en las ciudades.

En Barcelona, al menos, han tomado la delantera y permiten viajar con ellas en el metro. En 1997 se celebró allí Velo City, Décimo Congreso Nacional de Planificación de la Bicicleta, y eso sirvió para darle un cierto aliento y credibilidad al futuro de las dos ruedas.

Con la excusa de su «peculiar orografía», Madrid ha sido tradicionalmente un terreno poco abonado para la bicicleta. Hasta 1997 —en plan experimental y sólo los fines de semana— no se permitió bajar con ellas al metro. El cierre al tráfico privado de la Casa de Campo sigue siendo la eterna quimera del ciclista. El Ayuntamiento tiene proyectado un carril-bici paralelo al Manzanares, para salir de paseo, pero se niega obstinadamente a dejar que las bicicletas invadan el centro de la ciudad, pasto exclusivo de los automovilistas.

La batalla que libran grupos como la Coordinadora de Usuarios de la Bicicleta, Pedalibre, El Pedal o Aedenat tiene algo de

quijotesca. Sacar la bici en nuestras ciudades es un acto heroico y aventurero. La agresión del coche es constante; el riesgo de accidente acecha en las esquinas. No hay dónde poder aparcarlas y, en cuanto te bajas de ella, te prestas al comentario jocoso: «¡Aúpa, Induráin!».

Pero tarde o temprano habrá que cambiar de mentalidad y hacerse a la idea de que las bicicletas son para todo el año. El Ministerio de Medio Ambiente parece que ha tomado nota y baraja la posibilidad de convencer a algún ayuntamiento para poner en marcha una experiencia piloto.

Salamanca, Sevilla o Córdoba podrían emular fácilmente a Bolonia, una de las ciudades más habitables de Europa, surcada por un plácido río de ciclistas y paseantes.

Hasta en Estados Unidos, la tierra por excelencia del automóvil, el imperio de las dos ruedas comienza a hacerle sombra al de las cuatro. Seis millones de americanos van regularmente al trabajo en bicicleta, y veintiún millones estarían dispuestos a seguir el mismo camino si hubiera más facilidades.

En 1992 surgió en San Francisco una suerte de activismo a pedales, el Critical Mass, que desde entonces se ha extendido a un centenar de ciudades occidentales: Nueva York, Montreal, Toronto, Melbourne, Londres, Zurich, Berlín… Una vez al mes, los ciclistas toman al asalto las calles de las ciudades y les hacen la vida imposible a los automovilistas. Levantan barricadas con las bicicletas, bloquean el tráfico, obligan a intervenir a la policía.

«Mi otro coche es una bici» dice el eslogan más socorrido del nuevo movimiento, que aboga por el fin de la «autocracia» en las ciudades. El Ayuntamiento de San Francisco fue de los primeros en bajarse de la moto: en 1996 destinó unos cuatro mil millones de pesetas a la creación de carriles-bici y aparcamientos especiales y a la adecuación de los autobuses para poder transportar bicicletas en el morro.

En Long Beach, al socaire de un laberinto de autopistas, se construyó por las mismas fechas la primera *Bikestation* del país, con aparcamientos gratis, talleres, cafés y tiendas especializadas al servicio de los cientos de ciclistas que a diario recorren una red de cincuenta kilómetros de carriles.

Coronado y Arcata, también en California, son otras dos

ciudades punteras: los alcaldes se mueven a pedales y apoyan iniciativas originales como *Bike-to-Work* (desayunos gratis los primeros viernes de cada mes para quien vaya al trabajo en bicicleta).

El Ayuntamiento de Boston aprobó en 1997 la construcción de un circuito de ochenta kilómetros para uso exclusivo de las dos ruedas, y en el año 2000 será posible recorrer el nordeste de Estados Unidos (Nueva Inglaterra) sin apearse de la bicicleta. Hasta Nueva York, tan aparentemente hostil, está viviendo su particular explosión de transporte sin motor.

Nuestros vecinos de la Unión Europea están más convencidos que nunca de que el futuro de las ciudades está en los pedales. En Gran Bretaña, el gobierno ha decidido impulsar un plan para duplicar el uso de bicicletas en el año 2002 y volverlo a duplicar diez años más tarde. Francia e Italia están adoptando medidas similares de apoyo a los ciclistas.

En Copenhague —junto con Ámsterdam, la ciudad por excelencia de las dos ruedas— el ayuntamiento pone a disposición gratuita de los vecinos un millar de bicicletas, patrocinadas por negocios que las utilizan como reclamos publicitarios. El 20 % de los desplazamientos en la ciudad se hace en los trescientos kilómetros de carriles-bici.

Todo esto ocurre cuando en las metrópolis asiáticas se está recorriendo el proceso inverso: la bicicleta, hasta hace poco el medio masivo de transporte, está dejando paso a la invasión del automóvil y de los ciclomotores, que han convertido el cielo en una amalgama viscosa de ruido y humo. De las quince ciudades más contaminadas del mundo, trece de ellas están en Asia, y gran parte de la culpa es del tráfico. En las calles de Pekín, Shanghai o Bangkok se libran a diario batallas mortales entre el pacífico ring-ring y el agresivo rugido de los motores.

LA RECONQUISTA DEL CAMPO

A Félix Ayuso le cambió la vida cuando le propusieron invertir dinero en una pequeña explotación de arroz biológico. Al principio se conformó con poner su parte y punto: a seguir trabajando como si nada en su despacho de abogados en Valencia. Pero poco a poco fue sintiendo, como él mismo dice, «la llamada de la Albufera». Sin premeditación alguna, se le fueron despertando gratísimos recuerdos que tenía enterrados desde la infancia (su abuelo fue agricultor).

Cumplidos los treinta y siete años, con las espaldas cubiertas y sin excesivas responsabilidades (divorciado, sin hijos), decidió marcharse a vivir a Denia, «para estar más cerca de la finca y visitarla dos o tres veces por semana». Del trabajo se ha ido descolgando paulatinamente, aunque aún conserva algún cliente que le obliga a visitar la ciudad de cuando en cuando: «Valencia me sigue gustando… para dos o tres días seguidos, no más. Cuando vuelves a tomar contacto con el campo, se te hacen insoportables muchas cosas que antes dabas por asumidas: los atascos, los ruidos, las prisas».

Lo que más agradece Félix, sin embargo, es su feliz reencuentro con el Mediterráneo: «En Valencia me podía pasar semanas sin verlo; ahora lo tengo a trescientos metros de mi casa y me encanta levantarme temprano para contemplar el amanecer, o para ayudar con la barca a uno de mis mejores amigos, que es pescador. Estas cosas, claro, no las entienden mis amigos de antes. Aquí estoy en contacto con un grupo muy interesante de gente: casi todos han vivido antes en la ciudad y valoran mucho todo esto».

Cuando llega el verano, eso sí, Félix huye de Denia porque no soporta tener que vérselas «con viejos clientes en chanclas y bañador». Alquila su chalé a un buen precio, y por mucho menos encuentra siempre alguna casa rural en la sierra alicantina, «que

tiene rincones maravillosos a los que aún no llega nadie».

Santiago Martín Barajas es otro «urbanita» que decidió cambiar de aires a principios de los noventa: de Madrid a Sevilla la Nueva, ni muy lejos ni muy cerca. Siete años después, casado y con un hijo, se considera un privilegiado por poder otear todos los días el bosque, ver planear a las águilas y dormirse escuchando a los mochuelos, en lugar del motor de los coches.

Trabaja casi todo el tiempo desde casa, elaborando estudios de impacto medioambiental, y baja a Madrid dos veces a la semana por razones de fuerza mayor (es presidente de la asociación ecologista Coda)… «Viviendo en un pueblo son muchas las preocupaciones que desaparecen, casi todas relacionadas con el coche: el riesgo permanente de atropellos, las carreras para llegar de un lugar a otro, la busca desesperada de aparcamiento. En casa tenemos un jardín con un pequeño huerto, y nosotros mismos reciclamos la basura orgánica».

La falta de servicios y el mayor control social son tal vez los dos mayores inconvenientes de vivir en un lugar como Sevilla la Nueva (tres mil habitantes), «aunque a la larga pesan más las ventajas». La suya ha sido una elección a medio camino entre el campo y la urbanización del extrarradio: «Creo que es absurdo dar el salto de la ciudad a sitios tan superpoblados como Majadahonda. Para mí, la solución está en esos pueblos pequeños que aún quedan a treinta o cuarenta kilómetros de la ciudad».

Los municipios menores de diez mil habitantes, sin embargo, siguen perdiendo habitantes en España. El envejecimiento de la población es más que patente en los pueblos, y también el estigma del paro. El éxodo a la inversa —de la ciudad al campo— que ya ha comenzado en algunos países occidentales no se aprecia aún en nuestras estadísticas demográficas.

En Estados Unidos se habla abiertamente de «el resurgir rural». Así se titula un estudio firmado por el demógrafo Calvin Beale y el sociólogo Kenneth Johnson, que revela un dato premonitorio y sorprendente: por primera vez en lo que va de siglo, hay más gente emigrando de las áreas metropolitanas a los pueblos que a la inversa (1 600 000 habitantes de diferencia entre 1990 − 1995).

Adiós a la metrópoli y adiós también al chalet en las afueras… «En toda Norteamérica comienza a apreciarse un proceso de marcha

atrás —concluye el citado informe—. Los avances de la tecnología, la búsqueda de una mayor calidad de vida y la recuperación de la industria agrícola están dando un nuevo aliento al concepto de vida rural».

«Estamos nada más que en la fase inicial, el momento de los "nuevos pioneros" —asegura Gerald Celente, director del Trends Research Institute—. Con el tiempo acabará fraguando una auténtica cultura "tecnotribal", con todos los avances de la era de la información y todas las ventajas de las sociedades tribales. Así será mucho más atractivo el salto a la montaña, al borde del lago o a la orilla del mar.

»Muchísimos profesionales (abogados, asesores financieros, técnicos medioambientales, escritores, investigadores) se pueden permitir el lujo de trabajar a distancia —afirma Celente, que predica con el ejemplo (vive y trabaja en una cabaña de madera y cristal en Rhinebeck, un enclave bucólico a poco más de cien kilómetros de Nueva York)—. La gente no tiene ya por qué soportar necesariamente la contaminación, los ruidos o la agresividad de las grandes ciudades, ni el tedio ni la congestión de los suburbios».

«*Bye-bye, suburban dream*» proclamaba en 1996 la portada de la revista *Newsweek*. Y es que los americanos reconocen por fin que el sueño se les está trocando en dolor de cabeza: dependencia absoluta del coche, calles inhóspitas, ruptura total de la vida de comunidad…

El desolador paisaje del suburbio americano, tan imitado ya por estas tierras, lo dibuja mejor que nadie James Howard Kunstler en *The Geography of Nowhere (La geografía de ninguna parte)*. «En nombre del "desarrollo", hemos destruido el hábitat humano —escribe Kunstler—. Hemos roto la frontera entre la vida urbana y la vida rural, y entre una y otra hemos levantado un enjambre de aparatosas autopistas, espantosos centros comerciales, gigantescos aparcamientos e impersonales bloques de oficinas […] Vayamos donde vayamos, necesariamente en coche, tenemos siempre la sensación de estar en ninguna parte».

Kunstler proclama la vuelta a «las comunidades coherentes» y la recuperación de los centros históricos de los pueblos americanos, abandonados a su suerte desde hace décadas. Esa tendencia, por fortuna, comienza a apreciarse ya en Norteamérica.

La primera oleada con destino a los *small towns* (pequeños

pueblos fuera del área metropolitana) se detectó en los años sesenta y setenta, pero remitió luego durante la década yuppie. A primeros de los noventa son de nuevo los *baby boomers*, hastiados del trasiego diario de la ciudad a la urbanización, quienes vuelven a intentar la huida, con las alforjas llenas y el ordenador a cuestas.

Pequeños pueblos de no más de diez mil habitantes, condenados a muerte en los años ochenta, han renacido de sus ruinas gracias a la creciente oleada de urbanitas arrepentidos como Wanda Urbanska y Frank Levering, autores de *Moving to a small town (Mudándose a un pueblo)*.

Wanda y Frank vivían y trabajaban en un apartamento en Los Ángeles; él como escritor, ella como periodista. «Teníamos el gusto sofisticado de la gran ciudad y nuestra vida discurría a la velocidad de una autopista —relatan en su libro—. Nuestros amigos eran profesionales de éxito, y se extrañaron mucho cuando les comunicamos nuestra intención de marcharnos a vivir a un pueblo. "Se os va a estrechar la mente —nos decían—. ¿De qué vais a escribir viviendo en el campo?"»

«El tiempo nos ha terminado dando la razón —escriben a dúo—. Nuestras vidas se han enriquecido personal y profesionalmente».

Frank y Wanda viven ahora en Mount Airy, un poblachón de siete mil habitantes en Carolina del Norte, sacándole jugo a su huerto biológico y escribiendo sobre sus experiencias. El aterrizaje fue más duro de lo que esperaban, reconocen. Encontraron lo que venían buscando —un estilo de vida más relajado, más tiempo para cultivar las relaciones personales, la sensación de estar integrados en una comunidad, un contacto diario con la naturaleza— pero se dieron cuenta de lo difícil que es encajar en un lugar donde les iban a señalar como extraños, a vigilar sin denuedo, a exigirles una total disponibilidad.

«El cambio de mentalidad lleva más tiempo que la mudanza física —nos advierten—. Es como salir de pronto de una autopista y meterse en un camino de arena. El proceso de desaceleración lleva su tiempo. La ciudad está presente durante meses y la tentación es permanente. A ratos, uno puede sentirse confinado, como si estuviese viviendo en una pecera. Y también es fácil desesperar por el qué dirán, por la intromisión constante en tu parcela privada. Por momentos, uno desearía recuperar la vida anónima de la ciudad».

Pero al final son más las recompensas: «Te das cuenta de que puedes influir directamente en tu entorno. Los resultados de tu trabajo se aprecian y los ves sobre el terreno. La vida se hace más humana y más intensa. Te encuentras a ti mismo y no te dejas llevar tan fácilmente por factores ajenos. Tus hijos tienen mucha mayor libertad de movimientos y aprenden desde pequeños valores como la solidaridad o el espíritu de comunidad [...] Se hace por fin realidad el viejo dicho: "Piensa globalmente; actúa localmente."»

SOBREVIVIR A LA CIUDAD

Huyendo de la masificación, Tomás Fernández García cambió la Universidad Complutense por la de Castilla-La Mancha. El suyo fue un salto sin colchoneta a la ciudad de provincias, donde le esperaban algunas gratas sorpresas... «Mi primer gran descubrimiento fue que todo está muy cerca: el trabajo, los amigos, el cine, las tiendas. Hasta el campo está cerca. Te olvidas del coche y vas a todos los sitios andando. Puedes salir de la ciudad dando un paseo, subirte a una colina y respirar aire fresco. Eso no tiene precio».

Segundo hallazgo: «De pronto te das cuenta de que tienes un nombre y un apellido. Notas un trato mucho más cercano, ese calor de barrio que en Madrid se ha ido perdiendo».

Más descubrimientos: «El tiempo se estira de una manera increíble: todo lo que te ahorras en desplazamientos lo tienes para ti. Y luego el silencio, otra de las cosas que más te chocan. Al principio hasta "duele": tan acostumbrados estamos al ruido de fondo de la gran ciudad...».

Tomás, profesor de Trabajo Social, ha encontrado la paz que buscaba en la ciudad encantada. Lo que peor lleva es «la cerrazón y el control social al que te someten cuando vienes de fuera», pero eso lo supera con sus frecuentes escapadas en tren a Madrid, los fines de semana. Cuando lo coge, de vuelta a Cuenca, es como un bálsamo que le transporta a otra dimensión, más acogedora y humana:

«En Madrid, cada vez soporto menos el bullicio y los atascos. Si te dejas llevar, te acabas sintiendo parte de una masa amorfa, como un número más. Valores esenciales como la solidaridad o la lealtad entre amigos se están perdiendo. Aunque yo soy optimista y pienso que todo eso tiene arreglo, que la vida en Madrid sería mucho más llevadera si todos pusiéramos nuestro grano de arena. La solución,

creo, está en uno mismo, independientemente de que se viva en una ciudad grande o pequeña».

Las grandes capitales, por lo que se desprende de las estadísticas, han tocado techo: sólo uno de cada cinco españoles vive actualmente en ellas. Desde mediados de los ochenta, la emigración tiene por destino las ciudades medianas (de cien mil a medio millón de habitantes) o los pueblos grandes del área metropolitana.

Unos prefieren probar suerte con el chalé o con el adosado en la periferia; otros, como Tomás, se inclinan por la provincia. Ciudades como Cuenca, Segovia, Gerona o Vitoria se están nutriendo de este silencioso éxodo en busca de una mayor calidad de vida.

Rosa Palau cambió Barcelona por Mallorca poco antes de cumplir los treinta. En su caso hubo también una razón afectiva, aunque lo que más pesó fue su deseo de cambiar de aires: «Al principio, hicimos planes para que Pep, mi compañero, se viniese a vivir conmigo a Barcelona. Yo llevaba a medias una tienda de deportes y el negocio iba viento en popa: no podía renunciar a él. Pero un verano se me cruzaron los cables y decidí que era yo la que se movía, que me gustaba mucho más el ritmo de vida y el clima de Palma».

Vendidos su apartamento y su parte en la tienda, Rosa hizo las maletas y se plantó en la isla. Con el dinero fresco, aumentó la pequeña flota de barcos que tenía su compañero (ya son cinco), y de eso viven mayormente, alquilándolos en verano: «Trabajamos a tope cuatro meses, y sacamos dinero de sobra para el resto del año. Además, nos encanta recorrer las islas y viajar fuera de temporada. La vida relajada que llevamos en invierno no la cambio por nada. Cada vez que pienso en los agobios que me entraban en Barcelona al llegar diciembre y enero, me dan escalofríos».

Razón no le falta a Rosa: la vida en la gran ciudad invita muchas veces a la huida, o al encierro involuntario... «Para sobrevivir en un lugar como Madrid, la única solución que te queda es meterte en una burbuja —sostiene José Luis García, vecino del barrio de Tetuán de las Victorias—. Mi refugio es mi barrio, aunque lo están destrozando a golpe de excavadora y cada vez se parece más a cualquier otra parte de la ciudad».

José Luis, portavoz de la asociación ecologista Aedenat, ve el futuro inmediato del color de una nube tóxica: «La situación irá a

peor mientras no haya una apuesta política por otro modelo de ciudad. Hoy por hoy, la suerte está echada: el automóvil es el rey, y quienes nos movemos en transporte público o a pie tenemos que pagar inevitablemente las consecuencias».

¿Se puede llevar otro tipo de vida en una ciudad como Madrid? ¿Es posible vivir de espaldas al tráfico, a la contaminación, a los ruidos, al estrés diario, a la destrucción del tejido social en los barrios, a los centros comerciales y a los parques temáticos?

«Se puede, pero con mucho esfuerzo. Los grupos ecologistas y las asociaciones de vecinos estamos trabajando por todo esto. Como último recurso, nos queda predicar con el ejemplo».

Un coche menos: el de José Luis, que detesta conducir y se mueve exclusivamente en metro, autobús o tren. Trabajando desde casa, además, se ahorra muchísimos desplazamientos: «Procuro salir lo menos posible del barrio; jamás he entendido por qué hay gente que coge el coche para irse a comprar a kilómetros de donde vive».

Nadie le obliga, pero José Luis recicla, desde hace años. Cuatro bolsas separadas en casa: papeles, metales, cristales y basura orgánica. Las dos primeras, para el trapero. El vidrio, al contenedor. Los restos de comida, al cubo y al camión.

En casa, bombillas de bajo consumo. Un buen aislamiento térmico para utilizar lo mínimo la calefacción. Guerra al aire acondicionado; mucho más sanos y económicos, los ventiladores de techo. Productos biológicos en la mesa y detergentes biodegradables para los platos y la ropa. Tejidos de fibras naturales; ciclos cortos en la lavadora y medidas para economizar el uso del agua.

«La vida en la ciudad sería mucho más sostenible si, en vez de incitar a la gente al consumismo desaforado, se la educara en el ahorro de energía y en el aprovechamiento justo de los recursos —asevera José Luis—. Para que cambie una ciudad como Madrid hay que empezar cambiando los hábitos de los ciudadanos, uno a uno, barrio a barrio».

En esa trinchera está Daniel Wagman, el coautor de *Vivir mejor con menos*, trabajando en un proyecto que sirva de modelo para la recuperación de los barrios. Daniel, urbanita hasta la médula, está convencido de que se puede recuperar el tejido humano de las ciudades comenzando por la base:

«Los barrios tienen muchísimas carencias e infinidad de recursos

sin explotar. Se podrían crear, por ejemplo, cooperativas de vecinos para cubrir el hueco que han dejado las familias, como el cuidado de ancianos y de niños, o las compras a domicilio. Las tiendas de segunda mano darían trabajo a gente en el paro y tendrían, al mismo tiempo, una función social. Otra idea que daría nueva vida a la comunidad serían los grupos de trueque y de intercambio de servicios».

En el corazón de Madrid, Argüelles, funciona desde 1996 una singular iniciativa privada que va en esa dirección: La Buena Vecina, empresa de servicios domésticos «y confesonario ocasional de la gente del vecindario», según explica Isabel Pizarro, una de las cuatro socias fundadoras.

Fontaneros y electricistas. Asistentas sociales e internas. Cuidadores de perros y jardineros. Gente que se ofrece para hacer la compra, ir al padrón, cualquier cosa... «La Buena Vecina es algo más que un simple intermediario de servicios —apunta Isabel—. De alguna manera estamos ayudando a crear una red de contactos en el barrio, que ha perdido su carácter en los últimos años. La gente te llama no sólo para pedirte un servicio sino de paso para hablar. Y es que la vida en Madrid ya no es lo que era; se está deshumanizando cada vez más».

Madrid camina en sentido opuesto a las grandes capitales europeas (incluida Barcelona), donde el antídoto infalible contra la despoblación de los cascos antiguos ha consistido en hacerlos más habitables, levantar barreras a la invasión del tráfico, recuperar sistemas de transporte no contaminante como el tranvía o el trolebús.

Las metrópolis americanas se despoblaron antes y demasiado rápido, con resultados tan desoladores como los de Los Ángeles, Houston o Atlanta, auténticas ciudades-fantasma estranguladas por las autopistas. Sin embargo, en los últimos años está tomando cuerpo un proceso de recuperación de los centros históricos, con resultados tan sorprendentes como los de Seattle, Portland o Denver, tomadas de pronto al asalto por un ejército de ciclistas.

En el polo opuesto, las megalópolis asiáticas, creciendo —a lo alto y a lo ancho— según el modelo inhumano del *downtown* americano, ejemplo de hasta qué punto los más elementales parámetros de la vida en las ciudades se pueden sacrificar en aras

de los poderes económicos.

«Para recuperar su atractivo, a las ciudades les conviene desmasificarse y perder población —escribe William White en *City*, incomparable apología de la vida urbana—. Tal vez ése sea el camino para volver al ágora, a la plaza pública, al punto de convergencia de almas humanas que hace de cada ciudad una experiencia fascinante e irrepetible».

IDEALISTAS PRÁCTICOS

Con vocación de pioneros, intentando recobrar el contacto perdido con la tierra, un centenar de australianos decidió echar raíces en 1985 en un incomparable paraje natural que quisieron llamar Crystal Waters, Aguas Cristalinas…

El líquido elemento debería estar muy presente en el diseño de las casas y de los huertos, donde se cultivarían todo tipo de productos para el consumo de la comunidad. La lluvia bastaría para abastecer las necesidades domésticas y los riegos. No harían falta jardines porque el entorno natural se mantendría prácticamente intacto. Tradición y tecnología limpia se darían la mano a la hora de construir (piedra, adobe y madera), de reciclar la basura (compostaje) o de captar la energía (paneles solares). Las calles, pensadas para el peatón y la bicicleta. Como única ley, «vive y deja vivir»: máximo respeto a la propiedad privada, en perfecta simbiosis con el espíritu comunitario.

Crystal Waters se convirtió así en el primer asentamiento humano en llevar a la práctica los principios de la permacultura, una filosofía de vida que se basa en un principio ancestral: «Trabajar con la tierra, no contra ella».

El japonés Masanobu Fukuoka, adalid de la agricultura natural, allanó el camino al australiano Bill Mollison, el primero en acuñar el término en los años setenta y en exportar al resto del mundo la idea de una cultura basada en la permanencia (de ahí el nombre), en la integración del hombre en su entorno natural y en el cambio de los hábitos de producción y consumo. Como objetivo último: la autosuficiencia.

Al cabo de una década, Crystal Waters es también el modelo por excelencia de ecoaldea, un concepto que se está extendiendo por los países occidentales (incluida España) y que va mucho más allá de las comunas experimentales de los años sesenta o setenta. Con su

parte de utopía, pero con los pies en la tierra. Un retorno a la vida natural en busca del equilibrio y de la armonía perdidas no sólo en las sociedades urbanas, también en los enclaves rurales.

Crystal Waters, que acabará albergando un máximo de trescientas personas en ochenta y tres lotes residenciales, fue planificado por tres diseñadores de permacultura. Entre ellos, Max Lindegger: «La base de una agricultura permanente es la que sustenta todo el pueblo; tan importantes como las casas son los huertos privados y comunitarios. A partir de ahí viene todo lo demás: industrias de bajo impacto, como la fabricación de papel o el reciclado; caminos peatonales; zonas de servicios y culturales; espacios "sagrados" para la meditación o la religión».

En el pueblo conviven cristianos, budistas y agnósticos. Crystal Waters no es una comunidad religiosa ni una secta; más bien una urbanización atípica, habitada por gente que ha decidido vivir de otra manera. Allí valen las mismas leyes que en Queensland, la población más cercana, pero a su modo se rigen por la solidaridad y la tolerancia. Un «consejo de ancianos», como en los poblados gitanos o indios, pone tierra por medio al menor conflicto. Pese a sus contadísimos habitantes, las actividades culturales florecen en cada esquina y las fiestas locales se hacen coincidir con los ciclos de la naturaleza.

La permacultura, la bioconstrucción y la vuelta a la «escala humana» han inspirado otro proyecto, el de la Ecoaldea de Ithaca, el «laboratorio» más ambicioso de desarrollo sostenible en Estados Unidos.

A trescientos kilómetros de Nueva York, en la bucólica región de los Finger Lakes, surge este enjambre de casas de dos pisos que, a simple vista, parece una urbanización cualquiera. Con una ligera diferencia: los coches se quedan fuera, en un granero que hace las veces de garaje. A las casas se llega a pie, y a los niños se les ve jugando en los márgenes del camino y en los pequeños jardincillos delimitados con piedras. La vida familiar discurre sobre todo en los porches acristalados, que son como miradores a pie de tierra, desde los que la gente se saluda con calidez vecinal.

Cualquier similitud con la América suburbana o con las hileras carcelarias de adosados es pura coincidencia. Aquí las casas rezuman vida y están abiertas de par en par... «Uno de nuestros

primeros objetivos era romper el aislamiento y fomentar la vida de comunidad —explica Liz Walker, directora del proyecto—. Por eso quisimos levantar la aldea a milla y media del centro de la ciudad, para poder llegar a ella sin necesidad de coger el coche, preferiblemente en bicicleta».

Otro de los pilares del proyecto fue el respeto a la naturaleza. «El promotor al que le compramos el terreno pretendía construir el 90 % y dejar el 10 % de zonas verdes —añade Walker—. Nosotros hemos invertido las cifras».

La ecoaldea de Ithaca (treinta casas construidas en 1997; otras ciento veinte en proyecto) gira en torno a una granja biológica explotada por los vecinos, que se autoabastecen de verduras, cereales y legumbres durante casi todo el año. La energía la obtienen con generadores, los tejados de las casas absorben la lluvia para uso doméstico, las aguas residuales y la basura orgánica se reciclan.

A finales de 1997 había ya en Estados Unidos veintiocho comunidades cooperativas (y otras veintiséis en proyecto) de un tinte más o menos ecológico. Entre ellas, Soldiers Grove, un pueblo de 622 habitantes en Wisconsin que funciona casi exclusivamente con energía solar. O Imago, en Cincinnati, modelo de estilo de vida sostenible en el corazón de la gran ciudad.

Dinamarca, Alemania y Holanda van por delante del resto de Europa en este tipo de iniciativas, que pone en manos de la gente la posibilidad no sólo de construir una casa a su medida, sino de diseñar un entorno más respetuoso con la naturaleza y compartir intereses afines con los vecinos.

En España hay ya algunos proyectos en marcha en Granada, Cádiz, Pamplona, Castellón, Barcelona y Madrid, A cuarenta y cinco kilómetros escasos de la capital está tomando cuerpo la Ecoaldea de Valdepiélagos: veinticuatro viviendas unifamiliares «con criterios ecológicos».

«La idea empezó a cuajar en 1994 entre un grupo de gente de Adena, Amigos de la Tierra, Greenpeace, Comercio Justo... Algunos hemos tenido ya experiencias anteriores en comunidades desde los años setenta y hemos aprendido la lección. Digamos que somos idealistas prácticos», así se explica Víctor de la Torre, uno de los socios fundadores de la cooperativa.

«Elegimos un sitio que estuviera cerca de Madrid, porque algunos vecinos tendrán que seguir yendo allí a trabajar, pero el objetivo a largo plazo es la autosuficiencia. Queremos recuperar la vida en comunidad, aunque empezaremos compartiendo muy poco. Nos une la preocupación por los temas ecológicos y sociales, pero cada uno tiene su historia: los hay que practican la permacultura, el yoga, el vegetarianismo… En fin, lo que venimos buscando es un cambio personal, y eso es mucho más fácil hacerlo en un hábitat natural que en la ciudad».

La urbanización y las viviendas se han planeado siguiendo los principios de la arquitectura bioclimática, con paneles solares, sistemas de captación de lluvias y reciclaje de aguas residuales. La finca se repoblará con especies autóctonas, habrá espacio de sobra para huertos caseros y se habilitarán espacios comunes «para combatir el aislamiento que suelen propiciar las urbanizaciones».

Los vecinos de la Ecoaldea de Valdepiélagos se proponen «respetar y proteger el entorno natural» y compartir «un modo de vida más humano, con unos ritmos de trabajo más tranquilos y unas relaciones tolerantes, solidarias y pacíficas».

«En España hay mucho prejuicio contra los grupos pequeños —se lamenta Víctor—, y habrá gente que nos mire con lupa y nos identifique con una secta; es inevitable. Pero eso no nos va a hacer perder el miedo a ser diferentes y a intentar vivir de otra manera».

Sin necesidad de romper los lazos con la ciudad, aceptando lo que les ha tocado en suerte, los hay que trabajan por crear un entorno urbano más sostenible. Tal es el caso de Javier Guerrero, un joven de veintiséis años, residente en Leganés, que intenta contagiar a sus vecinos los tres principios de la permacultura: «Cuidado de la tierra, cuidado de la gente y reparto equitativo».

«Los barrios podrían ser mucho más humanos y habitables con unos cuantos cambios —sostiene Javier—. Por ejemplo, aprovechando cantidad de solares para crear jardines comunitarios, donde la gente podría cultivar sus tomates, sus lechugas y sus patatas. A principios de siglo, en todas las ciudades había granjas y huertos, y esa tradición deberíamos recuperarla. Los parques no tienen por qué ser sólo "decorativos": sería mucho más práctico y funcional llenarlos de árboles frutales y de plantas comestibles».

La permacultura urbana propone recuperar el sentido de la

comunidad y la integración en la naturaleza, dos elementos que se han perdido definitivamente en muchas de nuestras ciudades. El primer paso, sin embargo, hay que darlo en nuestro espacio privado: un balcón se puede llenar de plantas comestibles, en una terraza hay sitio de sobra para algún cultivo básico y para reciclar la basura orgánica, las plantas interiores pueden protegernos del calor y del ruido o absorber la humedad.

Retomando el contacto con el entorno natural y respetándolo al máximo —ahorrando energía, contaminando lo menos posible, reduciendo nuestro impacto—, lograremos tal vez dar un sentido humano y práctico a nuestra vida impersonal en las ciudades. Como dice Javier Guerrero: «La única forma de mejorar nuestro maltratado mundo es buscar una filosofía que nos una en lo común y que no nos separe en las diferencias».

LA CULTURA DE LA PERMANENCIA

La idea del progreso ilimitado ha movido impetuosamente las turbinas del siglo xx. Durante décadas, la única ley de vida ha sido el crecimiento económico a toda costa, como si la Tierra fuera una fuente inagotable de recursos y, al mismo tiempo, un gigantesco vertedero de desechos tóxicos, residuos industriales, gases contaminantes y pesticidas químicos.

La sobreexplotación a la que hemos sometido el planeta tiene un elevadísimo precio que estamos pagando entre todos. El cambio climático, el agujero en la capa de ozono, la desaparición de los bosques y el deterioro de los océanos son los primeros síntomas de una «enfermedad global» que, a menos que cambien nuestras pautas de producción y consumo, puede herir de muerte a la Tierra.

«El crecimiento por el crecimiento es la ideología de la célula del cáncer —advierte el ambientalista americano Edward Abbey—. La expansión desmedida puede acabar destrozando la biosfera de la misma manera que los procesos tumorales destruyen el cuerpo humano».

Ahora que hemos detectado el «cáncer» a tiempo, ahora que por fin somos conscientes de los estragos causados por el desarrollo incontrolado, ha llegado el momento de poner un contrapeso en la balanza: la protección de la naturaleza.

En la década de los ochenta, los organismos mundiales y los gobiernos de los países industrializados se hicieron por primera vez eco de un concepto ignorado hasta entonces: el desarrollo sostenible. «Satisfacer las necesidades actuales sin hipotecar las formas de vida de las generaciones venideras», ése era el lema. En otras palabras: encontrar un equilibrio entre el progreso y la delicada salud del planeta.

Con ese espíritu se celebró en 1992 la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro. Cinco años más tarde, delegados de más de un

centenar de países se vieron las caras en Kioto para debatir el calentamiento global. Aunque los resultados de ambas reuniones fueron exiguos, al menos sirvieron para poner en guardia a la opinión pública y alertar sobre los efectos perniciosos del consumo sin escrúpulos.

Comprendida la gravedad de la situación, el terreno parece más que abonado para un cambio de mentalidad en la población. La riqueza no debería medirse por el despilfarro. El culto a los excesos tendría que dejar paso al sentido de la mesura. La guía de comportamiento para el nuevo siglo podría muy bien ser ésta: «Aunque usted pueda, el planeta no puede».

Ya nos lo advertía hace dos décadas E. F. Schumacher, en *Lo pequeño es hermoso*: «La reconciliación del hombre con el mundo natural no es ya algo deseable, sino absolutamente necesario [...] Debemos ir pensando en la posibilidad de evolucionar hacia un nuevo estilo de vida, con nuevos métodos de producción y nuevos patrones de consumo: un estilo de vida diseñado para la permanencia».

Recoge el testigo en los años noventa Alan Durning, autor de *This place on Earth (Este lugar en la tierra)*. El lugar al que se refiere es el noroeste de Estados Unidos, la región con mayor riqueza natural del país más próspero de la Tierra: «Podemos servir de ejemplo al resto del mundo. Tenemos la ocasión de demostrar cómo es posible pasar de una economía autodestructiva a un modelo que perdure en el tiempo».

La «práctica de la permanencia», según Durning, consiste en firmar un pacto de no agresión con la naturaleza. Reducir los desplazamientos, usar el transporte público o la bicicleta, reciclar los residuos, apostar por las energías renovables y las tecnologías limpias... Todo lo que sirva para aligerar nuestro paso por el planeta ayudará a prolongar el uso y disfrute de los recursos.

«Quienes fuerzan a la naturaleza, se fuerzan a sí mismos», sostiene el australiano Bill Mollison, padre de la permacultura. Mollison proclama también la vuelta a lo local en forma de «pequeñas comunidades responsables» y aboga por un cambio aún más radical: «Debemos pasar de la filosofía de la competición a la de cooperación, de la inseguridad material a la seguridad humana, del individualismo a la tribu [...] Pero, sobre todo, debemos dejar

de ser meros consumidores y transformarnos poco a poco en productores».

Algo parecido es lo que preconiza la *deep ecology* (ecología profunda), un movimiento que arranca en la revolución contracultural de los años sesenta y que propone un giro copernicano en nuestra aproximación a la naturaleza. El hombre no es el «amo» de la biosfera sino una parte integrante de ella. Por tanto, «no tiene derecho a reducir la riqueza y la diversidad de la Tierra excepto para satisfacer sus necesidades vitales».

El vicepresidente norteamericano Al Gore (autor de *La Tierra en equilibrio*) se cuenta entre las filas de la *deep ecology*. Su más notable representante es, sin embargo, el filósofo noruego Arne Naess, que nos propone una guía de veinticinco puntos para un estilo de vida más en sintonía con nuestro entorno:

«Haz un esfuerzo por proteger tus ecosistemas locales. Intenta vivir en la naturaleza, en vez de visitar "lugares bonitos". Satisface tus necesidades vitales más que tus deseos. Aspira a una vida compleja pero no complicada. Minimiza la propiedad privada y practica el anticonsumismo. Apuesta por la producción a pequeña escala. Busca la profundidad de la experiencia, en lugar de la intensidad. Aprende a apreciar todas las formas de vida. Practica el vegetarianismo…».

Algunos de estos cambios se están gestando a nivel local pero de aquí al año 2020 tendrá que haber una respuesta global en los países industrializados. Al menos eso es lo que piensa Duane Elgin, autor de *Voluntary Simplicity (Sencillez voluntaria)*, que plantea el dilema en estos términos: «Revitalización o desintegración de la cultura occidental».

Elgin quiere ser optimista y habla de los signos ya visibles que apuntan hacia la «revitalización»: «La conservación de la energía se extenderá a casi todos los hábitos de nuestra vida, desde el automóvil (coches eficientes) a los hogares, que serán rediseñados con sistemas de máximo aislamiento y de ahorro de calefacción, electricidad y agua. Los combustibles "duros" (carbón, petróleo, energía nuclear) irán dejando paso a las energías renovables. Habrá inversiones masivas para limpiar la tierra, los tíos y el aire, y los nuevos diseños industriales intentarán minimizar la contaminación y tener como prioridad absoluta el reciclaje».

La hipnosis cultural del consumismo, con la complicidad de los medios de comunicación, será la principal barrera para los cambios que se avecinan, predice Elgin. Aun así, confía en que los ciudadanos acaben tomando decisiones por sí mismos y «castiguen» a las empresas que no respetan el medio ambiente o que practican una política inmoral con sus trabajadores. El consumo consciente, funcional, saludable y duradero irá tomando el relevo a la cultura de usar y tirar. Los productos locales y las tiendas de barrio vivirán un nuevo esplendor. Proliferarán las cooperativas de consumidores y los jardines comunitarios, y se recuperará el espíritu de vecindad y cooperación.

Elgin, en fin, se desmarca abiertamente de los profetas de la economía global y prefiere creer en la sabia visión de la historia de Arnold Toynbee, resumida en la Ley de la Progresiva Simplificación: cuando una civilización ha crecido lo suficiente, se produce una transferencia de energía del aspecto material al «no material» de la vida.

«Una manera más simple de vivir —concluye Elgin—, no es ya sólo una respuesta a la crisis ecológica sino una expresión vital de una civilización que progresa».

SIMPLEMENTE VIVIR

«Necesitamos vivir simplemente para que otros puedan simplemente vivir…». La frase de Gandhi, pronunciada en los albores de la sociedad de consumo, parece cada vez más irrebatible. Los recursos de la tierra son limitados, y cuanto más se dilapiden en los países ricos, mayor será la pobreza en las naciones más desfavorecidas.

Quienes merecemos el apelativo de «consumidores» somos apenas una quinta parte de la población mundial, y sin embargo nos repartimos el 64 % de la tarta. Una familia de clase media en Estados Unidos, Japón o Europa Occidental gana (y gasta) treinta y dos veces más que una familia africana o india. Más de mil millones de personas sobreviven con poco más de un dólar al día. Catorce millones de niños mueren todos los años de hambre.

Aunque el desarrollo industrial ha servido para que algunos países asiáticos y latinoamericanos asciendan oficialmente de categoría, lo cierto es que el abismo que separa a pobres y ricos se ensancha por días y las desigualdades son lacerantes.

La injusticia social se siente aun en los países más prósperos. En Estados Unidos, pese al «boom» financiero de mediados de los noventa, el número de personas bajo el umbral de la pobreza (veintidós millones) alcanzó el nivel más alto de las tres últimas décadas. En España, la bonanza económica apenas ha repercutido en nuestras endémicas colas del paro.

Los adalides de la sociedad de consumo, mientras, pretenden convencernos de que la única manera de paliar esta situación es gastando más y más. Si decidimos comprar menos, nos advierten, la producción caerá en picado y habrá más despidos, se cerrarán empresas, entraremos en crisis, etc., etc., etc.

En el fondo, sin embargo, algo nos dice que esta ecuación está hábilmente manipulada. Que tiene que haber otro modo de

contribuir al enriquecimiento general que no sea única y exclusivamente con la especulación, la agresividad y el lucro personal. Que en aras del individualismo exacerbado estamos perdiendo el sentido de colectividad. Que no es justo que unos sigan teniendo tanto y otros tan poco…

«Un hombre es rico en proporción a las cosas de las que puede prescindir», decía Henry David Thoreau. Una sociedad es rica cuando, llegado a un cierto punto de afluencia, se puede permitir el lujo de renunciar a los excesos y ajustarse a sus necesidades reales.

Aplicando el mismo rasero a nuestros comportamientos individuales, simplificando voluntariamente nuestros hábitos, estamos de alguna manera apostando por un modelo distinto de sociedad. No se trata «simplemente» de adoptar una serie de decisiones vitales que nacen y mueren en nuestro entorno inmediato, sino de compartir esa nueva actitud con ese grupo creciente de ciudadanos que están deseando redescubrir valores como la cooperación, la solidaridad y los lazos comunitarios.

La vida sencilla no consiste en trabajar menos, renunciar a ciertas responsabilidades o eludir los compromisos con la sociedad, sino en reinvertir la riqueza personal y en buscar un sentido diferente de nuestra existencia, liberados de vanidades y ostentaciones.

Ahora que las clases medias en los países industrializados han alcanzado un nivel de vida más que aceptable, la bandera del estado de bienestar debería ondear de nuevo por pleno derecho. Quienes podemos vivir más simplemente deberíamos permitir que otros, simplemente, puedan vivir.

DIEZ SUGERENCIAS… PARA UNA VIDA MÁS SENCILLA

• Modere el consumo.

• Piense conscientemente en lo que consume. No vuelva a salir de compras por impulso o por diversión. Pague siempre que pueda al contado. Establezca un día de «bajo consumo» a la semana o una semana de «bajo consumo» al mes: no compre más que lo estrictamente necesario. Impóngase un «período de reflexión» antes de efectuar un desembolso grande. Evite los centros comerciales, los hipermercados y los supermercados. Invierta en las tiendas y en los mercados de su barrio. Apúntese a una cooperativa de consumo. Practique el trueque o el uso compartido. Compre cosas de segunda mano y productos ecológicos y de «comercio justo». Evite embalajes desechables. Sea fiel a la regla de las tres erres: Reducir, Reutilizar, Reciclar.

• Haga una «limpieza» en su vida.

• Abra los armarios y despréndase de todo lo que no haya usado en el último año. Lleve el sobrante a una tienda de segunda mano, o dónelo a instituciones de caridad. Propóngase no volver a acumular objetos innecesarios: evite que sus posesiones le «posean». Extienda la «limpieza» al plano personal y prescinda de todo aquello que no sirve más que para robarle tiempo. No haga nada por compromiso o por el qué dirán. Aprenda a decir «no».

• Bájese de la moto.

• Desacelere. Quítese los grilletes de la muñeca y deje de ir pendiente de los minutos y los segundos como si estuviese disputando una carrera. Aprenda a escuchar su tic-tac interior. Una o dos veces por semana, anticipe una hora todos sus quehaceres: desde el momento de levantarse hasta el de sentarse a comer o cenar (notará que el tiempo se estira). Haga lo mismo

con el momento de marcharse a la cama; no espere por sistema hasta la última edición del telediario.

- Desconecte del piloto automático.
- Declare la guerra a la rutina: propóngase hacer algo nuevo todas las semanas. Introduzca por norma algún aliciente —una clase, un acto cultural, unas horas en una ONG— que le obligue a partir en dos la semana. No caiga en la trampa del sedentarismo. Supere la crisis del domingo por la tarde con alguna actividad que de verdad le estimule o le obligue a mover las piernas. No se deje aplastar por el trabajo: cambie su actitud resignada y haga cuanto esté a su alcance por conseguir un ambiente laboral más humano. No se deje desbordar y busque un equilibrio entre la vida familiar y la vida laboral. Estudie la posibilidad de trabajar a tiempo parcial o de hacerlo desde su casa, y no tenga miedo a dar el paso adelante. Incorpore la creatividad y la imaginación a su vida diaria.
- Apague la televisión.
- Si hiciera un cálculo de todo el tiempo que habrá pasado a lo largo de su vida delante del televisor, no lo pensaría dos veces. ¿Tres horas diarias? Diez años enteros al llegar a los ochenta. Mejor no lo piense y desengánchese cuanto antes: lo agradecerá su cerebro, y también su bolsillo. Ganará un tiempo impagable todos los días. Si hay niños en casa, controle en todo momento el mando a distancia. Imponga un horario y evite a toda costa que la tele se convierta en la niñera electrónica. Invierta el tiempo robado a la tele en recuperar placeres perdidos, como el juego o la lectura en voz alta.
- Deje de ser esclavo de la tecnología.
- Resista a la «novofilia» (la tentación permanente de comprar algo nuevo). Antes de abonarse al último prodigio tecnológico, piense en su utilidad real y en cuánto le va a costar: el teléfono celular, Internet y la televisión digital pueden disparar sus gastos mensuales. Utilice el ordenador como herramienta; no como objeto de culto al que hay que rendir diaria pleitesía. Si trabaja desde casa, instálelo en una habitación aparte y fíjese un tope de horas delante de la pantalla. Apure al máximo la vida de su coche y no se deje seducir por los anuncios. Si decide comprar uno, mire en el mercado de segunda mano. Úselo sólo cuando

sea imprescindible: abónese al transporte público, salga con tiempo y camine. No se resigne a pasar dos o tres horas en el atasco diario y busque una alternativa. Comparta coche con un vecino o con un compañero de trabajo.

- Haga bueno el dicho de hogar, dulce hogar.
- Decore su casa de la manera más simple posible: no recargue la vista con objetos inservibles y aparatos electrónicos. Evite que el televisor haga las veces de «chimenea»; desplácelo a un lugar menos visible (o guárdelo directamente en un armario). Ahorre energía: utilice bombillas de bajo consumo y aisle la casa con dobles ventanas. Deje que responda el contestador a partir de cierta hora (no se sienta obligado a coger el teléfono cada vez que suene). Convierta la cena en un ritual familiar. Aproveche el momento para conversar con su pareja o con sus hijos, o para disfrutar conscientemente del placer de la soledad. Descubra el valor del silencio. Cambie su programa favorito por su música favorita y propóngase leer al menos durante una hora antes de irse a la cama. Convierta el dormitorio en un santuario para el descanso. Separe claramente el trabajo de su vida doméstica. Aprenda a hacer chapuzas caseras.
- Cambie el orden de prioridades.
- Deje de rendir culto a la «santísima trinidad»: ambición, dinero y éxito. No se deje consumir por el trabajo. Anteponga siempre su salud —física y mental— y las relaciones personales. Haga ejercicio regularmente. Cambie de hábitos alimenticios: no vuelva a probar la comida basura; reduzca o suprima el consumo de carne; sustituya los productos procesados, preparados y congelados por verduras, legumbres y cereales biológicos. Abónese a la medicina preventiva y a las terapias alternativas. Pase el mayor tiempo posible con los suyos. Recupere el sentido de comunidad e implíquese en las cuestiones que afectan a su barrio o a su pueblo. Hágase acompañar de alguien que comparta sus mismos valores. No se prive de nada; simplicidad no es austeridad ni pobreza. El dinero es necesario, pero recuerde: su energía vital es el bien más preciado.
- Recupere el contacto con la naturaleza.
- Plantéese los pros y los contras de vivir en la gran ciudad o si le compensa marcharse a una ciudad más pequeña o al campo.

Piénselo antes de comprar un adosado en las áreas congestionadas de la periferia: por el mismo precio podrá marcharse a zonas rurales no mucho más lejanas. Si vive en la ciudad, despídase de ella al menos una vez a la semana. Alterne, siempre que pueda, el mar con la montaña. Regálese de cuando en cuando una tarde y acuda a un parque desde donde pueda ver una puesta de sol (o dese un madrugón para contemplar un amanecer). Asocie el tiempo libre con actividades a cielo abierto: bicicleta, senderismo, montar a caballo, recogida de setas, flores o plantas salvajes...

- Busque el equilibrio.
- Renuncie a los excesos. Aprenda a reconocer los síntomas de ansiedad y estrés e imprima un giro a tiempo. Recupere el control de su vida y no se deje llevar por las pautas de comportamiento que le imponen otros. Mírese hacia dentro. Aspire a un estado de serena inquietud. Practique la meditación. Póngase una meta a medio plazo y trácese un camino: aprenda a automotivarse. Mejor cambiar paulatinamente que romper por lo sano. No se deje amilanar por las críticas o por el qué dirán. Asómese a la vida con otros ojos.

BIBLIOGRAFÍA (en español)

Alonso, Luis Enrique y Fernando Conde, *Historia del consumo en España*, Ed. Debate, Madrid, 1994.

Arrizabalaga, Alicia y Daniel Wagman, *Vivir mejor con menos*, Ed. Aguilar, Madrid, 1997.

Carson, Rachel, *La primavera silenciosa.*

Castaño, Cecilia y Santiago Palacio (editores), *Salud, dinero y amor. Cómo viven las mujeres españolas de hoy*, Alianza Editorial, Madrid, 1996.

Colborn, Theo; John Peterson Myers, y Dianne Dumanoski, *Nuestro futuro robado*, EcoEspaña Editorial, Madrid, 1997.

Del Val, Alfonso, *El libro del reciclaje*, Ed. Integral, Barcelona, 1991.

Dominguez, Joe y Vicki Robin, *La bolsa o la vida*, Ed. Planeta, Barcelona, 1997.

Durning, Alan, *¿Cuánto es bastante*?, Ed. Apostrofe, Madrid, 1994.

Echeverría, Javier, *Cosmopolitas domésticos*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1995.

Erausquin, Alonso, *Los teleniños*, Ed. Laia, Barcelona, 1980.

Fernández, Alonso, *Las otras drogas.*

Fernández del Castillo, Isabel, *La revolución del nacimiento*, Edaí, Madrid, 1994.

Fromm, Erich, ¿Tener o ser?, Fondo de Cultura Económica, Madrid, 1979.

Gallego, José Luis y César Barba, *El hogar ecológico*, Ed. Plaza y Janés, Barcelona, 1997.

Gándara, Jesús de la, *Comprar por comprar*, Ed. Cauce, Madrid, 1996.

García, Manuel, *Soy hiperactivo: ¿qué puedo hacer?*

Goleman, Daniel, *La inteligencia emocional* Kairós, Barcelona,

1996

Gray, Mike; Noel Hodson, y Gil Gordon, *El teletrabajo*, Fundación Universidad-Empresa, Madrid.

Hunt Diana y Pam Hait, *El tao del tiempo*, Gedisa, Barcelona, 1990.

Iglesias, Francisco, *Una semana sin TV*, F. Iglesias editor, La Coruña, 1994.

Indicadores Sociales de España. Instituto Nacional de Estadística, Madrid, 1997.

Mariet, Francois, *Déjenlos ver la televisión*, Ed. Urano, Barcelona, 1993.

Morandé, Gonzalo, *Un peligro llamado anorexia*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1995.

Rifkin, Jeremy, *El fin del trabajo.*

Sanz, Alfonso y Antonio Estevan, *Hacia la reconversión ecológica del transporte en España*, Ed. Los Libros de la Catarata, Madrid, 1996.

Schumacher, E. F. *Lo pequeño es hermoso.*

St. James, Elaine, *Sencillez interior*, Ed. Oasis, Barcelona, 1997.

Thoreau, Henry David, Walden.

Verdú, Vicente, *El planeta americano*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1996.

Weill, Andrew, *La curación espontánea.*

Wolf, Naomi, *El mito de la belleza.*

BIBLIOGRAFÍA (en inglés)

Andrews, Cecile, *The Circle of Simplicity*. HarperCollins, New York, 1997.

Bennett, Steve y Ruth Bennett, *Kick the TV Habit*, Penguin Books, New York, 1994.

Benson, Herbert, *Timeless Healing*, Simon & Schuster, New York, 1997.

Blankenhorn, David, *Fatherless America*, HarperCollins, New York, 1995.

Blix, Jacqueline y Heitmiller, David, *Getting a Life*, Viking Penguin, New York, 1997.

Brook James y Iain Boal (editores), *Resisting the Virtual Life*, City Lights Books, San Francisco, 1995.

Bryan, Mark y Julia Cameron, «*The Money Drunk*, Ballantine Books, New York, 1992.

Buchholz, Ester, *The Call of Solitude*, Simon & Schuster, New York, 1977.

Burch, Mark, *Simplicity*, New Society Publishers, Gabriola Island (Canadá), 1995.

Burton, Linda; Janet Dittmer, y Cheri Loveless, *What's a smart woman like you doing at home*?, Mothers at Home, Virenna (Virginia), 1992.

Carlson, Richard y Joseph Bailey, *Slowing Down to the Speed of Life*, HarperCollins, San Francisco, 1997.

Cooper, Robert y Ayman Sawaf, *Executive EQ*, Grosset/Putnam, New York, 1997.

Csikszentmihalyi, Mihaly, *Flow: The Pskology of Optimal Experience*, HarperCollins, New York, 1990. Dacyczyn, Amy, *The Tightwad Gazette*, Villard Books, New York, Dadd-Redalia, Debra, *Sustaining the Earth*, Hearst Books, New York, 1994.

Davidson, Christine, *Staying at Home Instead*, Lexington Books,

New York, 1993. Devall, Bill, *Living Richly in an Age of Limits*, Gibbs-Smith Publishers, Salt Lake City (Utah), 1993. Doherty, William, *The Intentional Family*, Addison-Wesley, New York, 1997.

Durning, Alan, *This Place on Earth*, Sasquatch Books, Seattle, Dyson, Esther, *Release 2.0, A Design for Living in the Digital Age*, Broadway Books, New York, 1997. Edwards, Paul y Sarah Edwards, *Working from Home*, Tarcher—

Putnam Books, New York, 1995. Elgin, Duane, *Voluntary Simplicity*, Quill Books, New York, 1981.

Elkind, David, *Ties that stress*, Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts), 1994.—, *The Hurried Child*, Addison-Wesley, New York, 1988. Fassel, Diane, *Working ourselves to death*, HarperCollins, New York, 1990.

Feingold, Ben F., *Why Your Child Is Hyperactive*, Randon House, New York, 1975. Gearing, Sylvia, *Female Executive Stress Syndrome*, The Summit Group, Fort Worth (Texas), 1994. Gilder, George, *Life After Television*, W. W. Norton and Company, New York, 1992. Goodwin, Neva; Frank Ackerman, y David Kiron (editores), *The Consumer Society*, Island Press, Washington, 1997. Gottman, John, *The Heart of Parenting*, Simon & Schuster, New York, 1997.

Gross, Bertram, *Friendly Fascism*, South End Press, Boston, 1980. Healy, Jane M., *Endangered Minds*, Simon & Schuster, New York, 1990.

Herz, J. C, *Surfing on the Internet*, Little, Brown & Company, New York, 1995.

Hochschild, Arlie Russell, *The Time Bind*, Henry Holt, New York, 1997.

Jacobson, Michael y Mazur, Laurie Ann, *Marketing Madness*, Westview Press, San Francisco, 1995.

Kay, Jane Holtz, *Asphalt Nation*, Random House, New York, 1997.

Kirsch, M. M., *How to Get Off the Fast Track*, HarperCollins, New York, 1991.

Korten, David, *When Corporations Rule The World*, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, 1995.

Kunstler, James Howard, *The Geography of Nowhere*, Simon & Schuster, New York, 1994.

Lafayette, Leslie, *Why Don't You Have Kids*?, Kensington Books,

New York, 1993.

Levine, Karen, *Keeping Life Simply*, Storey Communications, New York, 1996.

McKenna, Elizabeth P., *When Work Doesn't Work Anymore*, Delacorte Press, New York, 1997.

McKibben, Bill, *The Age of Missing Information*, Plume/Penguin, New York, 1993.

McKibben, Bill, *The End of Nature*, Doubleday, New York, 1989.

Mander, Jerry, *Four Arguments for the Elimination of Television*, Quill Books, New York, 1978.

—, In The Absence of the Sacred, *Sierra Club Books, San Francisco, 1992.*

Mander, Jerry y Edward Goldsmith (editores), *The Case Against Global Economy*, Sierra Club Books, San Francisco, 1996.

Maslach, Christina y Michael Leiter, *The Truth About Burnout*, Josey-Bass Inc., San Francisco, 1997.

Mollison, Bill, *Introduction to Permaculture*, Tagari Publications, Tyalgum (Australia), 1991.

Mumford, Lewis, *Technics and Civilization*, Harcourt Brace & Company, Orlando (Florida), 1963.

Negroponte, Nicholas, *Being Digital*, Vintage Books, New York, 1995.

Pearshall, Paul, *The Pleasure Prescription*, Hunter House, Alameda (California), 1996.

Postman, Neil, *Technopoly*, Vintage Books, New York, 1992.

—, *The Disappearance of Childhood*, Vintage Books, New York, 1994.

—, *Amusing Ourselves to Death*, Penguin Books, New York, 1985.

Rawlins, Gregory, *Slaves of the Machine*, MIT Press, Cambridge (Massachusetts), 1997.

Rechtsachaffen, Stephan, *Timeshifting*, Doubleday, New York, 1996.

Robinson, Bryan, *Work Addiction*, Health Communications Inc. Deerfield Beach, Florida, 1989.

Roszak, Thedore, University of California Press, Los Angeles, 1994.

St. James, Elaine, *Simplify Your Life With Kids*, Andrews McMeel Publishing, Kansas City, 1997.

Sale, Kirkpatrick, *Rebels Against the Future*, Addison-Wesley, New York, 1995.

Schepp, Brad y Debra Schepp, *The Telecommnuter's Handbook*, McGraw-Hill, New York, 1995.

Schor, Juliet B., *The Overworked American*, HarperCollins, New York, 1992.

Sessions, George (editor), *Deep Ecology for the 2lst Century*, Shambhala Publications, Boston, 1995.

Shames, Laurence, *The Hunger for More*, Vintage Books, New York, 1986.

Shenk, David, *Data Smog*, HarperCollins, New York, 1997.

Shi, Davi, *The Simple Life, Plain Living and High Thinking in American Culture*, Oxford University Press, New York, 1985.

Sinetar, Marsha, *Do What You Love, The Money Will Follow*, Dell Publishing Co., New York, 1987.

Slouka, Mark, *War of the Worlds*, HarperCollins, New York, 1995.

Spretnak, Charlene, *The Resurgence of Real* Addison-Wesley, New York, 1997.

Stoff, Jesse A., *Chronic Fatigue Syndrome, The Hydden Epidemic*, HarperCollins, New York, 1995.

Stoll, Clifford, *Silicon Snake Oil* Doubleday, New York, 1995.

Talbott, Stephen, *The Future Does Not Compute*, O'Reilly and Associates, Sebastopol (California), 1995.

Tapscott, Don, *Growing Up Digital*, McGraw-Hill Books, New York, 1997.

Turkle, Sherry, *Life on the Screen*, Simon & Schuster, New York, 1995.

Urbanska, Wanda y Frank Levering, *Moving to a Small Town*, Simon & Schuster, New York, 1996.

Wachtel, Paul L., *The Poverty of Affluence*, New Society Publishers, Philadelphia, 1989.

Weill, Michelle y Larry Rosen, *Technostress*, John Wiley and Sons, New York, 1997.

Wesson, Carolyn, *Women Who Shop Too Much*, St. Martin Press Books, New York, 1990.

Whitehead, Barbara Dafoe, *The Divorce Culture*, Alfred A. Knopf, New York, 1997.

Whyte, William, *City*, Doubleday, New York, 1988.

Winn, Marie, *Unplugging the Plug-in Drug*, Viking Press, New York. 1985.

DIRECCIONES

CONSUMO / calidad de vida Asociación Vida Sana. Clot, 39, Barcelona. Tel.: (93) 245 06 61.

Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios. Gran Vía, 604 — 9.°, Barcelona. Tel.: (93)3172521.

Asociación General de Consumidores (Revista *Ciudadano*). Plaza Navafría, 3-B. 28027 Madrid. Tel.: (91) 405 36 11.

Organización de Consumidores y Usuarios (OCU). Milán, 38. 28028 Madrid. Tel.: (91) 300 00 45.

Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo. Ctra, de la Loma de Santa Luda s/n. 31012 Pamplona. Tel.: (948) 13 21 39.

Federación Española de Agricultura Biológica. Consejo de Ciento, 474, bis. 08013 Barcelona.

Red de Economía Alternativa Española. Dr. Miguel Riera, 81-87. 08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona). Tel.: (93) 473 37 82.

Asociación de Grupos Recuperadores de Economía (Aeres). Fernando Poo s/n. 12006 Albacete. Tel.: (967) 50 33 05.

(Para tener acceso a direcciones e información sobre asociaciones y actividades en Estados Unidos, conectar con The Center for a New American Dream, 156 College St, 2nd Floor, Burlington, Vermont 05401. E-mail: newdream@newdream.org. Internet: www.newdream.org)

Ecología EcoAgenda (www.fdg.es/ecoag/)

Aedenat. Campomanes, 13.28013 Madrid.Tel.: (91) 541 1071. (http: //nodo50.ix.apc.org/aedenat). Amigos de la Tierra. San Bernardo, 24, 3.°. 28015 Madrid. Tel.: (91) 523 19 15. (http:// www.arraki.es/—tierra)

Coda. Plaza Sta. María Soledad Acosta, 11, 3.° A. 28004 Madrid. Tel.: (91) 531 27 39 (http://www.quercus.coda)

Consejo Ibérico. Cava Alta, 10. Oficina 67. 28005 Madrid. Tel.: (91) 365 20 24.

Greenpeace. San Bernardo, 107. 28015 Madrid. Tel.: (91) 444 14 00. (http://www.servicom.es/greenpeace/)

WWF-Adena. Santa Engracia, 6. 28010 Madrid. Tel.: (91) 308 32 93. (http://www.wwf.es)

Salud Centro de Terapias Alternativas Arkai. Monte Esquinza, 14. 28010 Madrid. Tel.: (91) 319 11 29.

Asociación Española de Shiatsu. Juan Hurtado de Mendoza, 9, esc. B, 1.°, 28036 Madrid. Tel.: (91) 352 10 05.

Confederación Española Profesional de Naturópatas. Apartado 50075 – 46080 Valencia. Tel.: (909) 60 10 43.

Asociación Difusión de la Medicina Holística. Hortaleza, 20, 2.° Izq. 28004 Madrid. Tel.: (91) 522 73 53.

Asociación Nacer en Casa. Pasaje Bon Aire, 7. 43007 Tarragona. Tel.: (977) 22 57 49.

Grupo Génesis (parto natural). Amado Nervo, 5, 4.° B, 28007 Madrid. Tel.: (91) 551 07 66.

La Liga de la Leche. Apartado 5044. 48080 Bilbao. Tel.: (94) 423 01 36.

Asociación Vegana Española. Apartado 38127. 28080 Madrid. Tel.: (91) 331 99 60.

Liga por la Libertad de Vacunación. Gran Vía de les Corts Catalanes, 439, 5.° ***2.ª.*** 08015 Barcelona. Tel.: (93) 426 65 59

Grup Mèdie de Reflexió Sobre Vacunes. Nou, 12 2.°—l.ª 17001 Girona. Tel.: (972) 20 28 03.

Transporte Asociación de Defensa de los Peatones (A Pie). San Cosme y San Damián, 24 – 1.°. 28012 Madrid. Tel.: (91) 530 11 64.

Coordinadora de Defensa de la Bicicleta (Conbici). Campomanes, 13 – 2.°, 28013 Madrid. Tel.: (91) 541 10 71.

Auto Compartido. Carretas, 33 – 3.° izda. 28012. Madrid. (91) 522 77 72.